

Sähköisen myyntilaskutuksen kannattavuus pk-yrityksessä

Case: Aikamedia Oy

Jon Kontinen

Opinnäytetyö

Toukokuu 2016

Yhteiskuntatieteiden, liiketalouden ja hallinnon ala

Tradenomi (AMK), liiketalouden tutkinto-ohjelma

Tekijä(t) Kontinen, Jon	Julkaisun laji Opinnäytetyö, AMK	Päivämäärä Toukokuu 2016
	Sivumäärä 49	Julkaisun kieli Suomi
		Verkojulkaisulupa myönnetty: x
Työn nimi Sähköisen myyntilaskutuksen kannattavuus pk-yrityksessä Case: Aikamedia Oy		
Tutkinto-ohjelma Liiketalouden tutkinto-ohjelma		
Työn ohjaaja(t) Timo Värre		
Toimeksiantaja(t) Aikamedia Oy		
Tiivistelmä <p>Opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää sähköiseen myyntilaskutukseen siirtymisen kannattavuus pk-yrityksessä. Lisäksi selvitettiin, mitä toimenpiteitä ja hankintoja täytyy tehdä, jotta sähköiseen myyntilaskutukseen voitaisiin siirtyä, sekä sitä, millaisia kustannuksia sähköiseen myyntilaskutukseen siirtymisestä aiheutuisi. Tutkimuksen teoreettisessa viitekehityksessä käsiteltiin kannattavuutta, sähköistä myyntilaskutusta ja taloushallinnon prosesseja.</p> <p>Tutkimus toteutettiin kehittämistutkimuksena. Tutkimusaineistoa kerättyäessä käytettiin laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmiä. Näitä olivat osallistuva havainnointi, sähköpostihaastattelut ja toimeksiantajan dokumentit. Opinnäytetyön tekijä osallistui itse toimeksiantajan myyntilaskutusprosessiin työharjoittelujakson aikana. Kehittämistä eli sähköisen myyntilaskutuksen käyttöönottoa ei toteutettu käytännössä, vaan kehittämistutkimus jää toimenpidesuosituksen tasolle.</p> <p>Tutkimuksen tuloksiksi saatiin kuvaus toimeksiantajan myyntilaskutuksen nykytilasta, kuvaus toimenpiteistä ja hankinnoista, jotka on tehtävä, jotta sähköiseen myyntilaskutukseen voitaisiin siirtyä, sekä laskelmat vanhan ja uuden myyntilaskujen lähetystavan kustannuksista.</p> <p>Tuloksista kävi ilmi, että sähköiseen myyntilaskutukseen siirtyminen olisi kannattavaa toimeksiantajayrityksessä. Suurin osa kustannussäästöistä tulisi kuitenkin paperilaskujen hinnan muutoksesta, joka puolestaan johtuu laskutuspalveluntarjoajan vaihtamisesta. Tämän aiheuttaa paperilaskujen suuri volyymi suhteessa sähköisiin laskuihin, sillä sähköiseen myyntilaskutukseen siirtymisen jälkeenkin suurin osa laskuista lähetetään paperilaskuina.</p>		
Avainsanat (asiasanat) Taloushallinto, sähköinen taloushallinto, kannattavuus, kustannuslaskenta		
Muut tiedot		

Author(s) Kontinen, Jon	Type of publication Bachelor's thesis	Date May 2016
		Language of publication: Finnish
	Number of pages 49	Permission for web publication: x
Title of publication Profitability of transitioning into electronic invoicing in SME Case Aikamedia Oy		
Degree programme Business Administration		
Supervisor(s) Värre, Timo		
Assigned by Aikamedia Oy		
<p>Abstract</p> <p>The objective of this study was to determine whether a transition to electronic invoicing is profitable in small and medium-sized enterprises. An additional objective was to determine what kinds of measures and procurements are required in order to shift to electronic invoicing and what the potential costs of the transition would be. The theoretical framework deals with profitability, electronic invoicing and the processes of financial management.</p> <p>The study was conducted as an action research. The research data was acquired by using the data collection methods of qualitative research. These included participant observation, e-mail interviews and documents. In addition, the author participated in the economic administration processes of the assignor of the study during his internship. Contrary to most action researches, the idea of development in the study, namely a transition to electronic invoicing, was not implemented in practice.</p> <p>The study yielded a description of the current state of the invoicing at Aikamedia Oy Ltd., a description of the measures and procurements necessary in order to shift to electronic invoicing including the calculations of the costs of the current and future invoicing methods.</p> <p>The results showed that a transition to electronic invoicing would be profitable for Aikamedia Oy Ltd. However, most of the cost savings would come from the price change of the traditional paper invoices and not from the electronic invoices, which in turn is due to the change of the invoicing service provider. Even after a transition to electronic invoicing, the volume of the traditional paper invoices would still be very high compared to electronic invoices.</p>		
Keywords/tags (subjects) Economic administration, electronic financial management, profitability, cost accounting		
Miscellaneous		

Sisältö

1	Johdanto	3
2	Tutkimusasetelma	5
3	Taloushallinto.....	14
3.1	Taloushallinnon käsite.....	14
3.2	Ostolaskujen käsittely	16
3.3	Myyntilaskujen käsittely.....	18
3.4	Muut taloushallinnon prosessit.....	21
4	Kannattavuus	22
4.1	Kannattavuuden käsite.....	22
4.2	Perinteinen kustannuslaskenta	24
4.3	Toimintolaskenta.....	25
5	Sähköinen myyntilaskutus	29
5.1	Verkkolasku	29
5.2	Palveluntarjoajat	31
5.3	Verkkolaskustandardit.....	31
5.4	Verkkolaskujen sähköinen arkistointi	32
5.5	Verkkolaskuun siirtymistä hidastavat tekijät	33
6	Tutkimuksen tulokset	34
6.1	Myyntilaskutuksen nykytila toimeksiantajayrityksessä	35
6.2	Verkkolaskutukseen siirtyminen	39
7	Johtopäätökset.....	42
8	Pohdinta.....	42
	Lähteet	47
	Liitteet.....	49
	Liite 1. Asiakaspalvelijoille lähetetyn kyselyn kysymykset.....	49

Kuviot

Kuvio 1. Aikamedian nykyinen myyntilaskutus.....	35
Kuvio 2. Aikamedian myyntilaskutusprosessi sähköiseen myyntilaskutukseen siirtymisen jälkeen.....	40

Taulukot

Taulukko 1. Vanhan ja uuden myyntilaskutustavan kustannukset.....	39
Taulukko 2. Vanhan ja uuden laskujen lähetystavan hinnat.....	40

1 Johdanto

Sähköisen laskutuksen ja erityisesti verkkolaskun eduista on puhuttu ja kirjoitettu jo useiden vuosien ajan. Sähköisen laskutuksen käyttöönotto on nähty yritysten taloushallinnossa tehokkuutta lisäävänä ja kustannuksia pienentävänä uudistuksena. Suomessakin verkkolaskun käytön edistäminen on ollut yksi tietoyhteiskuntapolitiikan tavoitteista. Valtionhallinto on pyrkinyt olemaan edelläkävijä verkkolaskutuksessa, ja se onkin edellyttänyt, että vuoden 2010 alusta lähtien sille lähetettävien laskujen on oltava sähköisessä muodossa. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 14.) Moni suuri yksityisen sektorin yritys on seurannut perässä. Esimerkiksi Hewlett-Packard, IBM, Kesko, Kone ja Tieto linjasivat vuonna 2010, että he edellyttävät yhteistyökumppaneiltaan sähköistä laskua. Seuraavana vuonna perässä seurasivat muun muassa Ilmarinen, Neste Oil, Outokumpu, Sampo, Skanska ja TeliaSonera. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 15–16.)

Vaikka yhteistyökumppanit ja asiakkaat tuovat painetta verkkolaskutukseen siirtymiselle, kaikki yritykset eivät ole olleet innokkaita siirtymään verkkolaskutukseen. Etenkään monet pienet ja keskisuuret yritykset eivät ole olleet kovin halukkaita siirtymään sähköiseen myyntilaskutukseen. Tallbergin (2015, 3) mukaan yritysten välisessä kaupankäynnissä verkkolaskujen osuus laskuista on alle 20 %. Pienten yritysten välisessä laskutuksessa verkkolaskujen osuus on vieläkin pienempi.

Verkkolaskun käyttöönottoa ovat hidastaneet etenkin tekniset vaikeudet. Vaikka kuluttajille suunnattu verkkolasku eli e-lasku toimii yleensä moitteettomasti, yritysten väliset verkkolaskut liikkuvat kankeammin. Erilaiset taloushallinnon järjestelmät ja verkkolaskuoperaattorit tuottavat ja välittävät laskuja, jotka poikkeavat toisistaan sisällöltään ja laadultaan. Yhteensopimattomuudesta johtuvat ongelmat ovat vielä suurempia ulkomaisten yhteistyökumppaneiden verkkolaskujen kanssa, sillä Suomen ulkopuolella käytetään eri verkkolaskustandardeja kuin Suomessa. Verkkolaskujen yhteydessä ei vielä myöskään liiku standardimuotoisia kohdistus- ja tiliointitietoja. Standardimuotoisten kohdistus- ja tiliointitietojen puuttuminen vaikeuttaa taloushallinnon automatisointia laskun vastaanottajan päässä. (Tallberg 2015, 8–12.)

Sähköiseen myyntilaskutukseen siirtymistä kannattaa kuitenkin tutkia, sillä ongelmistaan huolimatta siirtymisestä voi seurata kustannussäästöjä. Kuluttaja-asiakkaille lähetetyt e-laskut näyttävät toimivan pääsääntöisesti ilman ongelmia jo nyt. Verkkolaskuissa on ollut ongelmia, mutta näitä ongelmia pyritään korjaamaan ja on perusteltua olettaa, että verkkolaskun laatu paranee tulevaisuudessa. Jos tarkastellaan viimeisen sadan vuoden aikana syntyneitä teknisiä innovaatiota, monissa niistä on ollut alussa ongelmia tai puutteita, jotka on myöhemmin korjattu, kun tuotteen kehittämistä on jatkettu. Lisäksi valmiudet lähettää verkko- tai e-lasku on vastaus niiden asiakkaiden toiveisiin, jotka näitä ovat Aikamedialta pyytäneet. On mahdollista ja jopa todennäköistä, että sähköisen myyntilaskutuksen merkitys kasvaa tulevaisuudessa, sillä se on tärkeä askel koko yrityksen taloushallinnon automatisoimiseksi.

Toimeksiantajayrityksessä eli Aikamedia Oy:ssä on mietitty sähköiseen myyntilaskutukseen siirtymistä, mutta toistaiseksi siihen ei ole vielä siirrytty. Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on selvittää sähköisen myyntilaskutukseen siirtymisen kannattavuus Aikamedia Oy:ssä. Tutkimus on kehittämistutkimus, jossa käytetään laadullisen tutkimuksen tiedonkeruumenetelmiä. Tutkimusaineisto kerätään haastattelemalla, havainnoimalla ja käyttämällä apuna valmiita dokumentteja. Tutkimuksessa haastatellaan toimeksiantajayrityksen eli Aikamedia Oy:n kirjanpitäjää ja asiakaspalvelijoita. Yleensä kehittämistutkimukseen kuuluu tutkimuksen lisäksi kehittämisidean toteuttaminen käytännössä. Tässä työssä kehittämisideaa eli sähköisen myyntilaskutuksen käyttöönottoa ei kuitenkaan pystytä toteuttamaan käytännössä, vaan tämä kehittämistutkimus jää ajanpuutteen vuoksi toimenpidesuosituksen tasolle.

Koska verkko- ja e-laskujen lähettäminen on suhteellisen uusi ilmiö, opinnäytetyön aihetta sivuavia, melko tuoreita tutkimuksia löytyy paljon. Esimerkiksi tutkimuksia verkko- ja e-laskujen käytön yleistymisestä on tehty useita viime vuosien aikana. Myös sähköisen myyntilaskutuksen käyttöönottoa hidastavia tekijöitä on tutkittu. Verkko- ja e-laskuja käsitellään usein myös sähköistä tai digitaalista taloushallintoa koskevista tutkimuksista, sillä sähköinen myyntilaskutus on oleellinen osa taloushallinnon sähköistämistä ja automatisaatiota. Esimerkkeinä tämän kaltaisista tutkimuksista voidaan mainita työ- ja elinkeinoministeriön vuonna 2015 julkaisema

raportti PK-yritysten taloushallinnon digitalisoinnista Suomessa (Tallberg 2015, 1–21). Verkkolaskun käyttöönottoa ja sen hidasteita on tutkittu myös maailmanlaajuisesti esimerkiksi vuonna 2012 ilmestyneessä tutkimuksessa nimeltä 2012 global e-invoicing study, jonka ovat tuottaneet The Institute of Financial Operations ja Basware (2012 global e-invoicing study).

2 Tutkimusasetelma

Tutkimuksen tavoite on selvittää, onko sähköiseen myyntilaskutukseen siirtyminen kannattavaa toimeksiantajayrityksen kannalta. Tämän selvittämiseksi on ensin perehdyttävä Aikamedia Oy:n myyntilaskutuksen nykytilaan ja sen aiheuttamiin kustannuksiin. Tämän jälkeen on tutkittava, mitä toimenpiteitä ja hankintoja vaaditaan, jotta yritys pystyisi lähettämään verkkolaskuja. Erityisen tärkeää on selvittää, pystyykö toimeksiantajan nykyisin käyttämä toiminnanohjausjärjestelmä käsittelemään sähköisiä myyntilaskuja, sillä se vaikuttaa investointien määrään. Uuden laskujen lähetystavan käyttöönotosta aiheutuu ainakin kahdenlaisia kustannuksia: alkuinvestoinnit ja normaalista käytöstä aiheutuvat kustannukset. Kannattavuuden kannalta on tärkeää pystyä arvioimaan, kuinka nykyisen laskujen lähetystavan kustannukset poikkeavat verkkolaskutuksen aiheuttamista kustannuksista. Jos uusi laskujen lähetystapa tulee nykyistä lähetystapaa halvemmaksi, on myös arvioitava, kuinka nopeasti alkuinvestoinnit maksavat itsensä takaisin ja kuinka paljon säästöä syntyy tämän jälkeen.

Tutkimusongelma ja tutkimuskysymykset

Tutkimusongelman määrittely ja ongelman muuttaminen tutkimuskysymyksiksi on äärimmäisen tärkeää. Vaikka ongelman määrittely voi olla vaikeaa, ei se vielä yksinään ole tarpeeksi. Ennen kuin tutkimusongelmaa voidaan lähteä selvittämään, on pohdittava, mitä tietoa ongelman ratkaisemiseksi tarvitaan. Tutkimuskysymykset auttavat selvittämään, mitä tietoa tarvitaan. Riippuu tilanteesta ja tutkimusongelmasta, millaisia kysymyksiä käytetään. Tutkijan on valittava kysymykset niin, että ne pystyvät vastaamaan tutkimusongelman ytimeen. (Kananen 2010, 32–33.)

Tutkimusongelma:

Tutkimuksen tarkoituksena on selvittää, onko sähköiseen myyntilaskutukseen siirtyminen kannattavaa toimeksiantajayrityksessä.

Tutkimuskysymykset:

Mitä toimenpiteitä ja hankintoja täytyy tehdä, jotta sähköiseen myyntilaskutukseen voidaan siirtyä?

Millaisia kustannuksia sähköiseen myyntilaskutukseen siirtymisestä aiheutuu?

Rajaukset

Sähköinen myyntilasku voidaan ymmärtää monella eri tapaa. Periaatteessa skannattu ja sähköpostin liitteenä lähetetty lasku on myös sähköinen myyntilasku. Onhan kyseessä laskun lähettäjän kannalta myyntilasku, joka lähetetään sähköisessä muodossa. Tämän tutkimuksen kohteena ovat kuitenkin skannattua laskua jalostuneemmat muodot sähköisestä myyntilaskusta, nimittäin verkkolaskut ja e-laskut, sekä niiden lähettämiseen siirtymisen kannattavuus toimeksiantajayrityksen eli Aikamedia Oy:n kontekstissa. Vaikka tämä työ on kehittämistutkimus, rajataan työn ulkopuolelle sähköisen myyntilaskutuksen varsinainen käyttöönottoaihe. Opinnäytetyön lyhyen aikataulun puitteissa ei varsinaista käyttöönottoa voida sisällyttää työhön.

On mahdollista, että toimeksiantajayrityksessä siirrytään myös sähköiseen ostolaskujen käsittelyyn. Tällä perusteella opinnäytetyössä voisi tutkia myös sähköisen ostolaskujen käsittelyyn siirtymisen. Sähköiseen osto- ja myyntilaskutukseen siirtymistä on kuitenkin vaikea tutkia perusteellisesti samassa opinnäytetyössä, sillä yrityksen kannalta molemmat muodostavat oman kokonaisuutensa. Näin ollen sähköiseen ostolaskujen käsittelyyn siirtyminen vaatisi oman tutkimuksensa, ja tämän vuoksi se on jätetty ulos tästä opinnäytetyöstä. Lisäksi sähköinen ostolaskujen käsittely ei ole opinnäytetyön toimeksiantajalle yhtä ajankohtainen. Tällä hetkellä suuri osa toimittajista, jotka lähettävät laskuja toimeksiantajalle, ovat pieniä yrityksiä. Usein pienet yritykset eivät pysty lähettämään laskujaan sähköisessä muodossa.

Työhön olisi voinut sisällyttää myös koko sähköiseen taloushallintoon siirtymisen. Sähköistä taloushallintoa ja siihen siirtymistä on käsitelty viimeisen kymmenen vuoden aikana paljonkin alan julkaisuissa. Sähköinen taloushallinto on kuitenkin niin laaja kokonaisuus, että opinnäytetyön kokoisessa työssä sitä on vaikea käsitellä perusteellisesti.

Tutkimusmenetelmät

Organisaatioissa tehdään jatkuvasti kehittämistä toiminnan tehostamiseksi. Tehostamisen kohteita voivat olla esimerkiksi palvelut, tuotteet, toiminnot tai prosessit. (Kananen 2012, 20.) Kehittäminen sinänsä ei kuitenkaan ole tutkimusta. Jotta voidaan puhua kehittämistutkimuksesta, tarvitaan tutkimuksellista otetta. Kehittämistyöstä voi tehdä tutkimusta dokumentoimalla kehittämistyön ja käyttämällä tieteellisiä menetelmiä luotettavan ja uuden tiedon tuottamiseksi. (Kananen 2012, 19–21.)

Kehittämistutkimuksen tunnusomainen piirre on se, että se tähtää muutokseen. Tutkijan rooli tutkimuksessa on osallistuva. Tutkimuskysymykset ovat pääsääntöisesti avoimia kysymyksiä. Kehittämistutkimuksessa teorian ja käytännön suhde on abduktio eli teorian ja käytännön vuorovaikutus. (Kananen 2012, 27.)

Usein kehittämistutkimus voidaan rinnastaa kokeelliseen luonnontieteelliseen tutkimukseen, jossa tutkittava ilmiö eristetään laboratorio-olosuhteisiin. Molemmissa ilmiötä pystytään mittaamaan ennen interventiota ja intervention jälkeen. (Kananen 2012, 24.) Kaikissa kehittämistutkimuksissa muutoksen jälkeistä tilannetta ei kuitenkaan syystä tai toisesta pystytä mittaamaan, jolloin kehittämistutkimus jää toimenpidesuositusten tasolle. Kehittämistutkimus on myös hyvin lähellä toimintatutkimusta. Toimintatutkimus kuitenkin edellyttää aina sitä, että tutkija on mukana muutosprosessissa (Kananen 2012, 41).

Toisin kuin perinteisessä tutkimuksessa, jossa tutkijan rooli on toimia ulkopuolisena havainnoijana, kehittämistutkimuksessa tutkija usein osallistuu tutkittavaan prosessiin. Tämä on usein jopa välttämätöntä, jotta ilmiöstä voidaan saada riittävän syvälinen kuva. (Kananen 2012, 49.) Tässä tutkimuksessa opinnäytetyön tekijä oli työharjoittelussa Aikamedialla. Työharjoittelun aikana syntyi riittävä ymmärrys

organisaation myyntilaskutuksen nykytilasta ja tarvittavista interventioista sähköiseen myyntilaskutukseen siirtymisestä. Tutkijan kuvaa myyntilaskutuksesta täydennettiin vielä tarkentavilla kysymyksillä yrityksen kirjanpitäjältä.

Kananen (2009, 28) on jakanut kehittämistyön kuuteen eri vaiheeseen:

- 1) Nykytilanteen kartoittaminen
- 2) Ongelmatilanteen ja siihen vaikuttavien tekijöiden analysointi
- 3) Parannusehdotus ja interventio
- 4) Kokeilu
- 5) Arvionti
- 6) Seuranta

Kehittämistutkimus alkaa lähtötilanteen kartoituksesta, minkä jälkeen analysoidaan ongelmatilanne ja siihen vaikuttavat tekijät. Kun lähtötilanne ja ongelmatilanne on kartoitettu, keksitään parannusehdotus ja toteutetaan se käytännössä. Parannusehdotuksen toteuttamista käytännössä kutsutaan interventioksi. Intervention jälkeen katsotaan, miten interventio on muuttanut asiantilaa lähtötilanteesta. (Kananen 2012, 53.) Interventioon liittyy kuitenkin monia ongelmia, sillä oikean interventiotavan valinta voi olla vaikeaa. Tämä voi olla erityisen vaikeaa silloin, kun intervention vaikutuksia ei tunneta ennalta. Yleensä interventioon kuuluvat toimet eivät kuulu organisaation normaaliin toimintaan. (Kananen 2012, 21.)

Tässä tutkimuksessa parannusehdotus on sähköiseen myyntilaskutukseen siirtyminen. Tämän tutkimuksen aikana varsinaista interventiota ei kuitenkaan toteuteta käytännössä, sillä Aikamediassa ei ole vielä siirrytty sähköiseen myyntilaskutukseen. Näin ollen intervention vaikutusten arvionti ei voi perustua empiriaan eli kokemukseen, vaan se perustuu laskelmiin ja muualta kerättyyn tutkimustietoon. Tämän vuoksi myöskään kokeilu- ja seurantavaiheita ei pystytäkään toteuttamaan. Näin ollen tämä kehittämistutkimus jää toimenpidesuositusten tasolle.

Kehittämistutkimuksella ei ole omia tutkimusmenetelmiä, joten kehittämistutkimuksessa joudutaan käyttämään laadullisen ja määrällisen tutkimuksen tutkimusmene-

telmiä. Kehittämistutkimus on usein monimenetelmäinen tutkimus, jolloin se yhdistelee kvalitatiivisen ja kvantitatiivisen tutkimuksen menetelmiä. (Kananen 2012, 26.) Kehittämistutkimus voi käyttää myös pelkästään kvalitatiivisen tutkimuksen menetelmiä. Tämä tutkimus käyttää ainoastaan laadullisen tutkimuksen menetelmiä. Laadullisen tutkimuksen menetelmien käyttö on luonteva ratkaisu, sillä tässä opinnäytetyössä tutkitaan ainoastaan yhden yrityksen myyntilaskutusprosessia.

Aineistonkeruumenetelmät

Kolme laadullisen tutkimuksen tärkeintä tiedonkeruumenetelmää ovat haastattelu, havainnointi ja erilaiset dokumentit (Kananen 2012, 93). Tässä opinnäytetyössä käytetään kaikkia edellä mainittuja tiedonkeruumenetelmiä.

Haastattelu

Suomessa haastattelu on todennäköisesti yleisin tapa kerätä laadullisen tutkimuksen aineistoa. Haastattelu ei toki ole ainoastaan laadullisen tutkimuksen aineistonkeruumenetelmä, sillä sen avulla voidaan kerätä myös määrällisen tutkimuksen aineistoa. Haastattelu on keskustelua, joka tapahtuu tutkijan aloitteesta ja on hänen johdattalemaansa. Haastattelun tavoite on selvittää, mitä haastateltava ajattelee tutkittavasta ilmiöstä. Perinteisesti haastattelija on esittänyt kysymyksiä, joihin haastateltava vastaa. Viime vuosina on kuitenkin siirrytty keskustelunomaisenpiin haastattelutyyppeihin. Haastattelun määritelmät ovatkin laventuneet viime aikoina. (Eskola & Suoranta 2014, 86.)

Haastattelut voidaan jakaa eri tyyppeihin käyttäen erilaisia kriteerejä. Yksi yleinen tapa jaotella haastattelut on haastattelukysymysten muotoilun kiinteyden perusteella ja sen perusteella, miten tutkija jäsentää haastattelutilannetta. Näillä kriteereillä on saatu jaettua haastattelut neljään eri haastattelutyyppiin. Strukturoidussa haastattelussa, jota kutsutaan myös lomakehaastatteluksi, kysymysten järjestys ja muoto ovat samanlaisia kaikille. Myös vastausvaihtoehdot ovat kaikille samat ja ennalta määrätty. Lähtöoletus strukturoidussa haastattelussa on se, että jokainen haastateltava käsittää kysymyksen samalla tavalla. Puolistrukturoitu haastattelu on edellisen kaltainen siinä mielessä, että kysymykset

ovat kaikille samat mutta haastateltaville ei anneta valmiita vastausvaihtoehtoja. (Eskola & Suoranta 2014, 87.) Toisen määritelmän mukaan puolistrukturoidussa haastattelussa haastattelija voi myös tarvittaessa kysyä tarkentavia kysymyksiä (Semi-structured interview 2010). Teemahaastattelussa teema-alueet ja aihepiirit on määritetty etukäteen, mutta kysymysten muotoa ja järjestystä ei ole lyöty lukkoon etukäteen. Tutkijan on kuitenkin varmistettava, että kaikki ennalta päätetyt teema-alueet tulevat käsitellyksi haastattelussa. Usein haastattelijalla on haastattelutilanteessa mukana jonkinlainen tukilista teemoista, joita haastattelussa tulee käsitellä. Avoin haastattelu on lähimpänä normaalia keskustelutilannetta. Haastattelija ja haastateltava keskustelevat tutkimuksen kohteena olevasta ilmiöstä, mutta kaikkien haastateltavien kanssa ei tarvitse käydä kaikkia teema-alueita läpi. (Eskola & Suoranta 2014, 87.)

Tässä työssä käytettävät haastattelut ovat avoin ja puolistrukturoitu haastattelu. Asiakkailta tulleiden verkkolaskutusta koskevien yhteydenottojen määrän ja laadun selvittämiseksi haastattelin niitä Aikamedian henkilökuntaan kuuluvia, jotka työskentelevät asiakaspalvelussa tai myyntitehtävissä. Haastattelu oli lomakemallinen, puolistrukturoitu haastattelu. Kysymykset olivat kaikille samat, mutta vastausvaihtoehdot olivat avoimia. Haastattelin myös yrityksen kirjanpitäjää liittyen nykyiseen ja mahdollisesti tulevaan myyntilaskujen lähetystapaan. Kirjanpitäjän haastattelussa käytetty haastattelutyyppi oli lähimpänä avointa haastattelua, sillä se oli keskustelunomainen haastattelu.

Havainnointi

Havainnointia voidaan käyttää silloin, kuin ilmiöstä ei ole paljon tietoa. On olemassa erilaisia tapoja havainnoida. Piilohavainnointia voidaan käyttää silloin, kuin ei haluta havainnoijan vaikuttavan havainnoinnin kohteeseen. Suorassa havainnoinnissa havainnoitava sen sijaan tietää olevansa havainnoinnin kohteena. Havainnoinnin etuna vahvuutena on tilanteen aitous, mutta toki havainnoitavan oikeusturvan kannalta on tärkeää huomioida eettiset ja juridiset näkökannat. Havainnointi voi myös olla osallistavaa tai osallistuvaa, jolloin tutkija itse on mukana toiminnassa. Havainnointi voidaan jakaa myös strukturoituun ja strukturoimattomaan havainnointiin sen perusteella, tietääkö havainnoija, mitä hän havainnoinnissa

seuraa. Strukturoimattomassa havainnoinnissa ei tutkijalla ole etukäteen valmista listaa havainnoitavista asioista, vaan hän kirjaa ylös tilanteeseen liittyviä asioita. (Kananen 2010, 48–49.) Tässä opinnäytetyössä käytetään osallistuvaa havainnointia. Havainnoinnin avulla on tarkoitus saada kattava kuva toimeksiantajayrityksen nykyisestä myyntilaskutusprosessista. Havainnointi oli osallistuvaa sen vuoksi, että opinnäytetyön tekijä oli itse mukana yrityksen myyntilaskutusprosessissa työharjoittelujakson aikana.

Dokumentit ja valmiit aineistot

Laadullisessa tutkimuksessa tutkijan ei välttämättä tarvitse kerätä uutta aineistoa. Monesti tutkijalla onkin käytettävissään suuri määrä valmista tutkimusaineistoa. Valmiissa aineistossa on se hyvä puoli, että tutkija säästyy oman aineiston hankkimisen tuottamalta tuskalta. Sen sijaan tutkija voi käyttää säästyneet voimansa tulkinalliseen työhön. Tutkijan onkin viisasta miettiä, voiko tutkimusongelman selvittää vanhojen aineistojen avulla ennen kuin lähtee kentälle keräämään tietoa vaikkapa haastattelemalla tai havainnoimalla. (Eskola & Suoranta 2014, 118–119.) Tässä opinnäytetyössä käytettyjä dokumentteja ovat esimerkiksi toimeksiantajayrityksen toiminnanohjausjärjestelmästä tulostetut laskutukseen liittyvät raportit ja palveluntarjoajien tarjoukset verkkolaskutuksen käyttöönotosta.

Aineiston analyysimenetelmät

Laadullisen aineiston analyysin tavoite on selkeyttää aineistoa ja tuottaa sitä kautta uutta tietoa tutkittavasta ilmiöstä. Analysoinnin tarkoitus on aineiston tiivistäminen ilman, että aineiston sisältämää informaatiota katoaa. Aineisto myös järjestetään selkeään muotoon, jotta aineistolla olisi enemmän informaatioarvoa. (Eskola & Suoranta 2014, 138.) Laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmiä ovat esimerkiksi teemoittelu, tyypittely, sisällönerittely, keskusteluanalyysi ja diskursiiviset analyysitavat (Eskola & Suoranta 2014, 160).

Ennen aineiston analysointia aineisto yleensä litteroidaan. Aineiston litterointi tarkoittaa aineiston puhtaaksi kirjoittamista. Haastattelu voi alun perin olla nauhoitettu puhemuotoisena, tai se voi olla kirjoitettuna paperille haastattelijan tai

haastateltavan omalla käsialalla. Aineisto voidaan myös koodata. Koodaus tarkoittaa sitä, että aineistoon tehdään jäsenteleviä merkintöjä. Koodaus ei ole pakollista mutta se helpottaa aineiston käsittelyä. Koodaamalla aineistosta voidaan löytää nopeasti usein toistuvat tai poikkeavat asiat. Aineistoon tehtävät merkinnät voivat olla esimerkiksi eri väreillä tehtyjä alleviivauksia. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tutkimusongelma antaa joitakin reunaehtoja sille, millä tavalla tutkimusaineistoa kannattaa lähestyä. Kvalitatiivisen aineiston analyysissä ei ole selkeitä kaavoja, joita voitaisiin aina käyttää samalla tavalla. Aineistoa voidaan kuitenkin käydä läpi systemaattisesti käyttäen erilaisia tarkastelutapoja ja näkökulmia. On olemassa lukuisia eri vaihtoehtoja analyysin tekemiseen. Aineisto voidaan tiivistää, mikäli sen avulla saadaan esille olennaista tietoa tutkimusongelman kannalta. Pelkkä aineiston kuvaaminen ei riitä, vaan aineisto tulee purkaa, pilkkoa, hajottaa, koota ja täydentää. Aineiston jäsentäminen koodauksen perusteella tarkoittaa sitä, että kokonaisuus jaetaan pienempiin osiin ja sen jälkeen tarkastellaan näitä osia. Sisällöllisen jäsentämisen ei silti tulisi olla lopullinen vaihe, vaan sen jälkeen tulisi tehdä synteisiä. Aineistosta tulisi löytää yksittäisten vastausten sijaan yleisempää. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Tutkimusasetelmasta johtuen tässä tutkimuksessa ei käytetä perinteisiä laadullisen tutkimuksen analyysimenetelmiä. Sen sijaan käytetään toimintolaskennassa käytettävää toimintoanalyysiä. Toimintolaskenta on yksi tapa laskea kustannuksia yrityksessä.

Aineiston kattavuus

Yksi yleisesti esiintyvä ongelma kvalitatiivisen tutkimuksen aineistonkeruussa on se, kuinka paljon aineistoa on kerättävä, jotta tutkimus olisi edustavaa, yleistettävää ja tieteellistä. Kysymys aineiston laajuudesta juontaa juurensa tilastollisen tutkimuksen empiiriseen perinteeseen. Tilastollisen tutkimuksen käsitteiden merkityksiä ei ole kuitenkaan mielekästä yrittää kääntää sopiviksi kvalitatiiviseen tutkimukseen. Sen sijaan kysymyksiä tutkimusaineiston edustavuudesta, yleistettävyydestä ja

tieteellisyydestä tulee tarkastella laadullisen tutkimuksen omista teoreettisista lähtökohdista käsin. (Eskola & Suoranta 2014, 60–61.)

Laadullisesta tutkimuksesta tutkimusaineiston poiminta perustuu harkinnanvaraisuuteen ja tarkoituksenmukaisuuteen. Tämä on yksi laadullisten tutkimuksen ominaisista piirteistä. Laadullisen tutkimuksen aineisto perustuu usein melko pieneen tapausmäärään. Laadullisen tutkimuksen pyrkimys ei ole tilastollinen yleistäminen vaan jonkin ilmiön kuvaaminen ja ymmärtäminen. Aineiston koon määrittämiseksi ei ole olemassa mekaanisia sääntöjä. Aineiston koon määräämiseksi on kuitenkin kehitetty muutamia käytännössä hyväksi koettuja periaatteita. Jos uudet tapaukset eivät tuo tutkimusongelman kannalta mitään uutta tietoa, voidaan ajatella aineistoa olevan riittävästi. Tällöin puhutaan kylläntymisestä tai saturaatiosta. (Eskola & Suoranta 2014, 61–62.)

Yleistettävyyys

Yksi kvalitatiivisen tutkimuksen taustalla olevista ajatuksista on se, että vaikka tutkittaisiinkin yksittäisiä tapauksia, sisältävät tapaukset aineksia yleistyksiin. Kaikki laadulliset tutkimukset ovat jossain määrin tapaustutkimuksia. Yleistyksiä ei kuitenkaan voida tehdä määrällisen tutkimuksen tavoin suoraan aineistosta. Sen sijaan yleistyksen täytyy tehdä aineistosta tehtävistä tulkinnoista. (Eskola & Suoranta 2014, 67.)

Tutkimuksen tuloksia voidaan myös verrata muihin samankaltaisten tutkimusten tuloksiin ja tulkintoihin. Laadullisen tutkimuksen ollessa kyseessä voitaisiinkin puhua teoreettisesta tai olemuksellisesta yleistettävyydestä tilastollisen yleistettävyyden sijaan. (Eskola & Suoranta 2014, 65 - 67.)

Toimeksiantaja

Opinnäytetyön toimeksiantaja on Aikamedia Oy. Aikamedia on mediatalo, joka julkaisee kristillisiä aikakausi-, viikko- ja lastenlehtiä, kirjoja, tallenteita, äänitteitä sekä seurakuntatarvikkeita. Aikamedia panostaa myös verkkojulkaisuihin.

Aikamedian toiminta keskittyy Suomeen. (Kangasoja, Luoma & Mantsinen 2014, 59.) Tilastokeskuksen määritelmän mukaan Aikamedia on PK-yritys, eli se kuuluu kokonsa

puolesta pieniin ja keskisuuriin yrityksiin (PK-yritys). Aikamedialla on kaksi toimipistettä: pääkonttori ja myymälä sijaitsevat Keuruulla ja lehtien toimitukset Keravalla. Vakinaista henkilöstöä Aikamedialla on noin 30. Aikamedian liikevaihto vuonna 2014 oli 3,56 miljoonaa euroa. Tilikauden tulos vuonna 2014 oli 93 tuhatta euroa. (Vuosikertomus 2014 n.d.)

3 Taloushallinto

3.1 Taloushallinnon käsite

Yrityksen taloushallinto on laaja kokonaisuus, johon kuuluu useita tärkeitä tehtäviä. Näitä ovat esimerkiksi tämän opinnäytetyön keskiössä oleva myyntilaskutus. Muita taloushallinnon tehtäviä ovat ostolaskujen käsittely ja maksu, tilausten käsittely, palkanlaskenta, kirjanpito sekä vero- ja työnantajailmoitusten laadinta (Sähköinen taloushallinto 2014). Yrityksen toimiala ja toimintatavat vaikuttavat siihen, millainen yrityksen taloushallinto on. Tavaraa valmistavassa ja myyvässä yrityksessä taloushallinnon prosessit ovat erilaisia kuin yrityksessä, joka tarjoaa asiakkailleen ainoastaan palveluja. Ostolaskujen käsittelytapaan vaikuttaa se, onko kyse tavarain tai palvelun ostosta, sillä tavarain ostossa ostaminen vaikuttaa yrityksen varastokirjanpitoon. Myyntipuolella eroa aiheuttavat maksutavat, sillä pelkästään laskuilla myyvissä yrityksissä taloushallinnon toimintatavat ovat erilaisia verrattuna sellaisiin yrityksiin, joissa myydään laskujen lisäksi myös käteisellä ja maksukorteilla. (Koivumäki & Lindfors 2012, 12.)

Taloushallinto voidaan jakaa kahteen osaan sen perusteella, mihin taloushallinnon tuottamaa tietoa käytetään. Ulkoinen eli yleinen laskentatoimi tuottaa nimensä mukaisesti informaatiota organisaation ulkopuolisille sidosryhmille, joita ovat esimerkiksi viranomaiset, asiakkaat, tavarain tai palvelujen toimittajat ja muut yhteistyökumppanit. Sisäinen eli johdon laskentatoimi puolestaan tuottaa informaatiota organisaation johdolle. Nykyaikaisessa taloushallinnossa molemmat taloushallinnon osa-alueet ovat integroituneet tiiviisti kiinni toisiinsa. (Lahti & Salminen 2014, 16.)

Tietojärjestelmien näkökulmasta taloushallinto voidaan ymmärtää järjestelmäksi, joka koostuu useasta osasta, jotka toimivat yhdessä saavuttaakseen sille asetetut tehtävät. Taloushallinto koostuu laitteistoista, ohjelmistoista, tulosteista, datasta, ihmisistä ja menettelytavoista. Taloushallinnon tehtävä voi olla vaikkapa asiakkaalle lähetettävä myyntilasku tai kuukauden tulosraportti. Taloushallinto on laajempi kokonaisuus kuin laskentatoimi, joka yleensä keskittyy kirjanpitolainsäädäntöön ja sisäisen laskentatoimen tekniikoihin. (Lahti & Salminen 2014, 15–16.)

Sähköinen taloushallinto

Sähköinen taloushallinto on tärkeä käsite opinnäytetyön kannalta, sillä tutkin omassa opinnäytetyössäni yhden taloushallinnon osa-alueen sähköistämistä. Sähköinen taloushallinto merkitsee taloushallinnon tehtävien suorittamista sähköisesti. Sähköinen taloushallinto tarkoittaa laskujen sähköistä kierrätystä ja hyväksymistä, sähköistä maksuliikennettä sekä tiliotteiden, viitemaksujen ja -suoritusten liikkumista sähköisesti. Myös viranomaisilmoitukset liikkuvat sähköisessä taloushallinnossa sähköisesti. Sähköisen taloushallinnon etuna on se, että rutiinityöt vähenevät automaation ansiosta. Jos sähköisestä taloushallinnosta halutaan saada suurin mahdollinen hyöty irti, on taloushallinnon eri osa-alueiden pystyttävä toimimaan yhdessä ilman ongelmia. Sähköisen taloushallinnon keskiössä on verkkolasku, joka on kenties tärkein askel kohti kirjanpidon automatisointia. Verkkolaskut eivät kuitenkaan yksin riitä taloushallinnon automatisointiin. Suurimmat hyödyt verkkolaskusta saadaankin, kun ne kytketään johonkin taloushallinnon järjestelmään. Sähköisessä taloushallinnossa verkkolaskut siirtyvät automaattisesti yrityksen ostoreskontraan, jossa se voidaan tarkastaa ja hyväksyä. Maksuliikenteen osalta sähköinen taloushallinto toimii niin, että saapuvat viitesuoritukset kuittaavat myyntisaatavan maksetuksi yrityksen myyntireskontrasta automaattisesti. Kirjanpitoon syntyvät myös automaattisesti tiliöintimerkinnät maksutapahtumista, viitesuorituksista ja -maksuista sekä tiliotteista. (Sähköinen taloushallinto 2014.)

Digitaalinen taloushallinto

Digitaalisesta taloushallinnosta puhuttaessa voitaisiin puhua yhtä lailla myös automaattisesta taloushallinnosta. Digitaalisessa taloushallinnossa sähköisyys ja

automatisaatio on viety vielä pidemmälle kuin sähköisessä taloushallinnossa. Sähköinen taloushallinto nähdään usein osto- ja myyntilaskujen sähköisenä käsittelynä. Sähköinen taloushallinto ja verkkolaskut yhdistetään usein kustannussäästöihin, kun taas digitaalisuus vaikuttaa merkittävästi kokonaisuun taloushallintoprosesseihin. Digitaalisessa taloushallinnossa kaikki kirjanpidon ja taloushallinnon aineistot käsitellään sähköisessä muodossa. (Lahti & Salminen 2014, 12–15.) Täydellisen digitaalisuuden saavuttaminen ei ole täysin yrityksen omissa käsissä, sillä myös yritysten muiden sidosryhmien täytyisi toimia digitaalisesti. Esimerkiksi toimittajan on pystyttävä lähettämään laskut verkkolaskuina, sillä jos paperilaskut joudutaan skannaamaan, ei kyseessä ole täysin digitaalinen taloushallinto. (Lahti & Salminen 2014, 26.)

3.2 Ostolaskujen käsittely

Yritykseen tulee hankintojen tekemisen seurauksena ostolaskuja. Yrityksessä paperisen ostolaskun käsittelyprosessi etenee yleensä seuraavalla tavalla: ensiksi avataan postin tuoma kirjekuori. Tämän jälkeen on tarkastettava ja hyväksyttävä ostolasku, jotta nähdään, onko se aiheellinen ja oikean suuruinen. Seuraavaksi ostolasku tiliöidään kirjanpitoa varten ja kirjataan ostoreskontraan. Lopuksi se maksetaan. Jos yrityksessä ei ole siirrytty sähköiseen ostolaskujen käsittelyyn, on ostolaskujen käsittely yrityksessä usein työlästä. (Koivumäki & Lindfors 2012, 13.)

Ostolaskujen käsittelijän on hallittava arvonlisä- ja tuloverotuksen perusasiat. Lisäksi on ymmärrettävä jaksottamiseen liittyvät säännökset ja hankintojen aktivointimahdollisuudet ja -velvollisuudet. Nykyään lisääntynyt kansainvälisyys saattaa tuoda ostolaskujen käsittelyyn uusia haasteita. Etenkin ulkomaisten yritysten lähettämien ostolaskujen tiliöinti voi tuottaa vaikeuksia. (Koivumäki & Lindfors 2012, 75.)

Ostolaskujen tehokkaaseen käsittelyyn vaikuttavat taloushallinnon järjestelmään tallennetut toimittajarekisterit. Rekistereissä on laskun saajan kannalta oleellimmat tiedot laskun lähittäjästä. Usein saman toimittajan laskut ovat samankaltaisia. He esimerkiksi saattavat käyttää laskuissaan samoja maksuehtoja ja käteisalennuksia. Lasku myös maksetaan yrityksen pankkitilille, joka usein pysyy samana vuosikaudet.

Monesti laskussa on myös kyse tavarán tai palvelun ostosta, jota on ennenkin ostettu samalta toimittajalta, joten tapahtumat tiliöidään samalla tavalla. Näin ollen joidenkin laskussa olevien tietojen tallentaminen toimittajarekisteriin nopeuttaa tulevien ostolaskujen käsittelyä. Rekistereiden avulla on siis mahdollista varmistaa, että laskun tapahtumat kirjautuvat oikeille tileille kirjanpidossa ja maksut maksetaan ajoissa oikealle pankkitileille. Myös arvonlisäveron käsittely ja myöhemmin kausiveroilmoituksella lähetettyjen tietojen oikeellisuus riippuu taloushallinnon ohjelmistoon tehdyistä määrityksistä. (Koivumäki & Lindfors 2012, 75.)

Ostolaskujen tarkistamisessa ja hyväksymisessä käytetään yrityksissä yleensä kaksiportaista mallia. Ensin ostolaskun tarkistaa se työntekijä, joka tuotteen tai palvelun on tilannutkin. Esimerkiksi yrityksen lähettämässä työskentelevä henkilö tarkistaa pakkaustarviketilauksen ostolaskun. Seuraavaksi laskun hyväksyy päällikkötason henkilö, minkä jälkeen lasku voidaan kirjata ja maksaa. Tarkistajia ja hyväksyjä voi olla enemmänkin riippuen siitä, kuinka montaa henkilöä ostolasku koskee. (Koivumäki & Lindfors 2012, 76–77.)

Ostolasku on yrityksessä menotosite. Menotositteelle on asetettu tiettyjä vaatimuksia. Pääsääntöisesti sen tulee olla ulkopuolisen laatima ja siitä on selvittävä, miten se liittyy yrityksen liiketoimintaan. Välillä ei toki ole mahdollista saada tositetta ulkopuoliselta, jolloin sen voi laatia itse ja varmentaa allekirjoituksin. Kirjanpidon tositteiden tavoin menotositteen tulee olla numeroitu ja päivätty, ja sen tulee osoittaa todeksi jokin liiketapahtuma. Menotositteesta on lisäksi käytävä ilmi, mitä on ostettu, kuinka paljon ja mihin hintaan. Myös hankitun tavarán tai palvelun vastaanottoaika ja tiedot myyjästä on oltava tositteella. Välttämättä ostolasku ei sisällä kaikkia edellä mainittuja, jolloin myös laskun liitteet tai esimerkiksi lähetyslista ovat osa menotositetta. (Koivumäki & Lindfors 2012, 77.)

Pääkirjanpidosta on selkeästi käytävä ilmi eri verokantojen alaiset ostot. Jotkin kirjanpito-ohjelmat vaativat eri alv-kannoille kullekin oman tilinsä kun taas toisissa ohjelmissa alv-verokannan voi valita kirjausta tehtäessä ilman, että tiliä tarvitsee muuttaa. Kumpikin menetelmä oikein käytettynä varmistaa sen, että eri verokannat ovat erotettavissa. (Koivumäki & Lindfors 2012, 79.)

Ostolaskuprosessin sähköistäminen yrityksen taloushallinnossa on usein selkeä tehostamiskohde. Ostolaskujen sähköinen käsittely tehostaa ostolaskuprosessia. Ostolaskut saadaan maksuun nopeammin, jolloin voidaan hyödyntää mahdolliset käteisalennukset ja laskut saadaan maksettua ajoissa ilman, että niistä aiheutuu viivästyskorkoja tai -kuluja. (Koivumäki & Lindfors 2012, 13.)

3.3 Myyntilaskujen käsittely

Yrityksen laskutus perustuu joko tavaran toimittamiselle tai palvelun suorittamiselle. Jos yritys myy tavaraa, edeltää laskutusta tilauksen käsittely. Tilauksen käsittelyyn kuuluvat yleensä varastonhallinta ja mahdollisesti myös ostotilauksen teko. Palveluja myyvä yritys voi hyödyntää projektinhallintajärjestelmää, jolloin se voi pitää kirjaa työhön käytetystä ajasta ja materiaaleista. Tiedot tehdyistä laskuista siirretään myyntireskontraan, jossa seurataan asiakkaiden myyntisaamisia. Myyntireskontrasta voidaan nähdä avoimet laskut ja seurata saamisten erääntymistä. Nykyaikaisissa taloushallinnon järjestelmissä asiakkaiden viitesuoritukset siirtyvät automaattisesti myyntireskontraan. (Koivumäki & Lindfors 2012, 12–13.)

Yrityksen tarkoitus on yleensä voiton tuottaminen. Osakeyhtiölaissakin on säädetty, että ellei yhtiöjärjestyksessä toisin mainita, on osakeyhtiön tarkoitus voiton tuottaminen osakkeenomistajille. Käytännössä voiton tuottaminen tarkoittaa usein sitä, että yhtiöön virtaa enemmän rahaa kuin mitä sieltä lähtee. Raha tulee yritykseen usein enimmäkseen myyntien kautta. Yhtiön maksukyvyyn säilyttämiseksi on tärkeää, että raha tulee sisään yritykseen oikeaan aikaan. Selkeä, nopeasti ja tehokkaasti tuotettu myyntilasku auttaa siinä, että laskun vastaanottaja suorittaa maksun ajoissa ja oikeansuuruusena perille. Maksamattomien laskujen seuranta ja perinnän toimivuus auttaa luottotappioiden minimoinnissa. Luottotappioiden minimointi onkin äärimmäisen tärkeää kannattavan liiketoiminnan kannalta, sillä yksittäisenkin luottotappion paikkaaminen vaatii suuren määrän myyntiä, jotta hävinnyt kate saadaan takaisin. (Koivumäki & Lindfors 2012, 59.)

Myyntilaskulla on myös tärkeä rooli arvonlisäverotusjärjestelmässä. Laskulta käy ilmi, kuinka myyjä on käsitellyt arvonlisäveron. Myyntilasku todistaa myös ostajan oikeuden mahdolliseen arvonlisäveron vähennykseen, joten sillä on suuri merkitys

verovalvonnassa. Kansainvälisyys tuo haasteita myös myyntilaskutukseen. Kansainvälisessä kaupassa kotimaan arvonlisäverotuksen tuntemisen lisäksi kirjanpitäjän täytyisi tuntea jonkin verran myös ostajamaan arvonlisäverolakia. (Koivumäki & Lindfors 2012, 59.)

Tehokkaan laskutusprosessin ja laskun tietojen oikeellisuuden kannalta yrityksen taloushallinnon järjestelmän asiakasrekisteri on keskeisessä asemassa, sillä asiakasrekisteristä siirtyy laskun laatimisvaiheessa paljon tietoa laskulle. Asiakasrekisteri toimii myyntireskontran puolella samalla tavalla kuin toimittajarekisteri ostoreskontran puolella. Joissain taloushallinnon ohjelmistoissa nämä kaksi on yhdistetty ja tuloksena on yksi yhteinen rekisteri, jossa ovat sekä asiakkaat että toimittajat. (Koivumäki & Lindfors 2012, 60.)

Myös tuoterekisteri on oleellinen osa myyntilaskutusta. Tuoterekisteriin on tallennettu tiedot tuotteista ja palveluista, joita yritys myy. Nämä tiedot sisältävät esimerkiksi hinnan ja alv-verokannan. Tuoterekisteriin tallennettujen tietojen perusteella määräytyy myös kirjanpidon myyntitili. (Koivumäki & Lindfors 2012, 61.)

Myyntilasku laaditaan yrityksen taloushallinto-ohjelmistolla tai laskutusohjelmalla valitsemalla ensin asiakasrekisteristä asiakas, jolle lasku lähetetään. Tämän jälkeen valitaan tuoterekisteristä tuotteet tai palvelut, joita asiakas on ostanut. Rekisterien avulla lasku saadaan tehtyä paljon nopeammin ja luotettavammin, kuin jos laskulle pitäisi syöttää tiedot käsin. (Koivumäki & Lindfors 2012, 61.)

Myyntilaskun sisältöä on määritetty useassa eri laissa, joista tärkeimmät ovat arvonlisäverolaki ja kirjanpitolaki. Myyntilasku on myös tulotosite, joten kirjanpitolaki asettaa sille lisävaatimuksia. Myyntilasku on tosite, joka todentaa liiketapatuman, joten sen on oltava numeroitu ja päivätty. Myyntilaskusta on myös käytävä ilmi, mitä on myyty, kuinka paljon, milloin ja mihin hintaan. Ostajan yksilöintitietoja ei kirjanpitolain mukaan myyntilaskulle tarvitse laittaa, mutta kirjanpitolautakunnan lausunnon (KILA 1811/2008) mukaan niiden pois jättäminen on kuitenkin hyvän kirjanpitolaitoksen vastaista. (Koivumäki & Lindfors 2012, 62–63.)

Myös arvonlisäverolaki vaatii myyntilaskuun merkintöjä. Laskulta tulee näkyä laskun antamispäivä, joka tarkoittaa laskun laatimis- tai tulostuspäivää. Koska lasku tulostamisen jälkeen lähetetään asiakkaalle, voidaan antamispäivän perusteella

päätellä, milloin lasku on lähetetty. Laskulla on oltava myös juokseva tunniste eli laskunumero. Juoksevan numeroinnin perusteella voidaan huomata, jos jokin lasku puuttuu. Laskut voidaan numeroida juoksevasti eri sarjoissa, joten esimerkiksi ulkomaan laskut voidaan laatia eri numerosarjalla kuin kotimaan laskut. Kuitenkaan samaa laskunumeroa ei saa olla kahta kertaa samana vuonna tehdyissä laskuissa. Laskussa on oltava myös myyjän arvonlisäverotunniste. Kotimaan kaupassa tämä on sama kuin yrityksen Y-tunnus. (Koivumäki & Lindfors 2012, 63–65.)

Ulkomaan kaupassa on käytettävä varsinaista alv-tunnusta. Suomessa alv-tunnus muodostuu Y-tunnuksesta, joka kirjoitetaan ilman väliviivaa ja maatunnuksesta FI, joka liitetään Y-tunnuksen eteen. Myös ostajan arvonlisäverotunniste on oltava myyntilaskulla, jos ostaja on käännetyin verovelvollisuuden perusteella velvollinen maksamaan veron. Ostajan alv-tunnisteen on oltava näkyvissä myös, jos kyse on tavarain yhteisömyynnistä tai yleissäännön mukaisesta palvelun yhteisömyynnistä. Myös sekä myyjän että ostajan kaupparekisteriin rekisteröity toiminimi ja osoite on oltava laskulla. (Koivumäki & Lindfors 2012, 63–65.)

Ne tavarat tai palvelut, jotka on myyty ja jotka asiakkaalta laskussa laskutetaan, on pystyttävä yksilöimään. Jos tavaroiden palveluspäivä tai palveluiden suorituspäivä on sama kuin laskun päivä, ei niitä tarvitse erikseen ilmoittaa. Jos palveluiden suorituspäivää ei voida todeta täsmällisesti, riittää suorituksen ilmoittaminen kuukauden tarkkuudella. Laskussa on eriteltävä veroton myyntihinta ja erotettava selkeästi verottomat ja verolliset tuotteet tai palvelut toisistaan. Lisäksi jokainen sovellettava verokanta on merkittävä laskuun. Laskuun täytyy myös merkitä suoritettavan veron määrä yhteensä euroissa. Tätä ei tarvitse tehdä verokannoittain mutta se on suositeltavaa, sillä se auttaa laskun vastaanottajaa laskun kirjausvaiheessa. Jos myynti on verotonta, se on mainittava laskulla. Verottomuuden perustetta ei kuitenkaan ole tarvinnut merkitä 1.1.2013 jälkeen. (Koivumäki & Lindfors 2012, 63–65.)

Myyntilaskua tehtäessä on muistettava, että eri verokantojen alaiset myynnit on oltava erotettavissa pääkirjanpidossa. Jos yritys lähettää myyntilaskut manuaalisesti, ne tulostetaan ja kuoritetaan yrityksessä. Sen jälkeen ne lähetetään asiakkaalle postin välittämänä. Laskun tiedot siirretään yrityksen myyntireskontraan, jossa seurataan yrityksen saatavia. Erääntyneistä saatavista kannattaa pyrkiä lähettämään

maksumuistutukset mahdollisimman pian. Jos asiakas ei muistutuksenkaan jälkeen maksa laskua, voidaan ryhtyä perintätoimiin. Usein perintä on ulkoistettu perintätoimistoille. (Koivumäki & Lindfors 2012, 68–70.)

Pääsääntöisesti asiakkaat maksavat laskun viitesuorituksena, joka kohdistuu automaattisesti laskuun niin kauan, kun viitenumero on syötetty kenttään oikein. Jos viite on virheellinen tai se puuttuu kokonaan, joutuu yritys kohdistamaan suorituksen reskontran myyntilaskuun manuaalisesti. Samoin jos asiakas on maksanut suorituksen yrityksen tilille ilman viitettä, on se kohdistettava manuaalisesti. Jos asiakas on maksanut liian vähän tai liikaa, joudutaan yrityksessä miettimään mahdollisia jatkotoimenpiteitä. Jos asiakkaan suorituksesta puuttuu pieni osa, voidaan puuttuva kirjata esimerkiksi pyöristykseksi. Jos asiakas on taas maksanut laskun kahteen kertaan, on mietittävä, palautetaanko rahat vai kuitataanko liिकासuorituksella asiakkaan nykyisiä tai tulevia laskuja. (Koivumäki & Lindfors 2012, 70–71.)

3.4 Muut taloushallinnon prosessit

Palkkakirjanpito

Yrityksen palkanlaskenta muodostaa yhden taloushallinnon osa-alueen, johon kuuluu paljon velvoitteita. Ensinnäkin yrityksen on laskettava työntekijöiden palkat oikein ja maksettava ne ajallaan. Työntekijöille on myös toimitettava palkkalaskelmat palkanmaksun yhteydessä ja tarvittaessa palkkatodistuksia eri tarkoituksiin. Palkanlaskennasta täytyy myös jakaa tietoa viranomaisille, kuten verottajalle ja ulosottoviranomaisille. Myös eläke- ja tapaturmavakuutusyhtiöille sekä ammattiliitoille on tehtävä ilmoitus. Palkanlaskenta tehdään yleensä erillisellä palkanlaskentaohjelmistolla, mutta se voidaan tehdä myös palkanlaskentaan soveltuvalla toiminnanohjausjärjestelmällä. Pienet työnantajat voivat myös käyttää verohallinnon tuottamaa palkka.fi-palvelua. Ohjelmistosta riippuen palkkatapahtumat siirretään yrityksen kirjanpitoon joko manuaalisesti tai automaattisesti. (Koivumäki & Lindfors 2012, 14.)

Varastokirjanpito

Varastokirjanpidon avulla seurataan yrityksen vaihto-omaisuutta. Yrityksen vaihto-omaisuudeksi lasketaan myytäväksi tarkoitettut tavarat. Jos yritys valmistaa itse myytäviä tuotteita, lasketaan myös myytävien tavaroiden valmistukseen tarkoitettut tarvikkeet ja raaka-aineet vaihto-omaisuudeksi. Myös keskeneräiset tuotteet ja työt voidaan laskea vaihto-omaisuudeksi. Varastokirjanpidossa myyty tavara poistuu varastosta, kun se toimitetaan asiakkaalle ja laskutetaan. Saapunut tavara lisätään varastokirjanpitoon, jossa se nostaa varaston arvoa siinä vaiheessa, kun tavara saapuu ja ostolasku kirjataan järjestelmään. (Koivumäki & Lindfors 2012, 14–15.)

Käyttöomaisuuskirjanpito

Käyttöomaisuus-käsite on peräisin verolainsäädännöstä, mutta kirjanpidossa tätä omaisuuslajia kutsutaan pysyviksi vastaaviksi. Tähän omaisuuslajiin kirjataan ne hankinnat, joita yritys käyttää tulon hankkimiseen usean tilikauden aikana. Näitä ovat esimerkiksi koneet ja kalusto. (Koivumäki & Lindfors 2012, 15.)

4 Kannattavuus

4.1 Kannattavuuden käsite

Kannattavuus on lähes kaikkien liiketoimintaa harjoittavien yritysten ensisijainen tavoite. Jos yrityksen liiketoiminta ei ole kannattavaa, yritys ei voi selviytyä pitkällä aikavälillä. Tämän vuoksi nykyisen ja menneen kannattavuuden mittaaminen ja tulevan kannattavuuden ennakoiminen on erittäin tärkeää. Absoluuttista kannattavuutta mitattaessa lasketaan tuottojen ja kulujen erotus. Tuotto on rahaa, joka tulee sisään yritykseen johtuen sen liiketoiminnasta. Jos esimerkiksi yritys kasvattaa kasveja ja eläimiä, myy ne ja saa vastineeksi rahaa, syntyy yritykselle tuottoa. Rahan lainaaminen sen sijaan ei ole yritykselle tuottoa. Se on ainoastaan rahan siirtämistä yrityksen ja lainanantajan välillä, yleensä varsinaisen liiketoiminnan rahoittamiseksi. Kulut ovat liiketoiminnan pyörittämisestä johtuvia kustannuksia. Esimerkiksi maatilalla uusien siemenien ostaminen on kulu, koska sitä käytetään liiketoiminnan pyörittämiseen. Myös resurssit, joilla on pitkä käyttöikä, kuten koneet ja kalusto, ovat yritykselle kuluja. Lainan takaisinmaksu sen sijaan ei ole kulu. (Hofstrand 2009.)

Yrityksessä kannattavuutta voidaan mitata tuloslaskelman avulla. Tuloslaskelmasta selviävät yrityksen tilikaudelle kuuluvat tulot eli tuotot ja tilikaudelle kuuluvat menot eli kulut. Tuloslaskelman viimeinen rivi kertoo näiden erotuksen, joka on tilikauden voitto tai tappio. Tilikausi on yleensä yksi kalenterivuosi. Tulevan tilikauden kannattavuutta voidaan yrittää ennakoida budjetin eli talousarvion avulla. (Hofstrand 2009.)

Absoluuttisen kannattavuuden lisäksi kannattavuutta voidaan mitata suhteellisen kannattavuuden avulla. Suhteellinen kannattavuus kertoo kulujen ja tuottojen erotuksen suhteen esimerkiksi pääomaan (Taloussanakirja: kannattavuus n.d.). Tilanteessa, jossa sijoittajat harkitsevat esimerkiksi pörssiyhtiön osakkeiden ostamista, on yrityksen kannattavuuden selvittäminen tärkeää sijoituksen onnistumisen kannalta. Sijoittajien näkökulmasta absoluuttinen kannattavuus ei anna riittävästi tietoa yrityksen kannattavuudesta, joten on tarkasteltava yrityksen suhteellista kannattavuutta. Suhteellista kannattavuutta voidaan mitata eri tunnuslukujen valossa. Tunnusluvuilla voidaan mitata kannattavuutta eri näkökulmista käsin. Yksinään nämä tunnusluvut eivät välttämättä kerro vielä mitään mutta jos niitä vertaa kilpailijayrityksiin tai saman yrityksen edellisten tilikausien tunnuslukuihin, ne antavat paljonkin tietoa yrityksen kannattavuudesta ja kannattavuuden kehityksestä. (Profitability ratios 2015.)

Tunnuslukuja ovat esimerkiksi myyntikate, käyttökate, nettotulos ja kokonaispääoman tuotto. Myyntikate kuvaa, kuinka suuri osa myynnistä on yritykselle katetta (Profitability ratios 2015). Käyttökate kertoo, paljonko yrityksen liikevaihdosta jää katetta toimintakulujen jälkeen mutta ennen veroja, poistoja ja rahoituseriä. Nettotulos kertoo yrityksen varsinaisen liiketoiminnan tuloksen. Se ei huomioi tilinpäätössiirtoja eikä tuloslaskelman satunnaisia eriä, joten nettotulos ei aina ole sama kuin voitto tai tappio tuloslaskelman viimeisellä rivillä.

Kokonaispääoman tuotto kertoo, kuinka paljon yritykseen sitoutunut pääoma on tuottanut voittoa tilikauden aikana. Koska tunnusluvussa tulosta ennen veroja ja rahoituskuluja verrataan yritystoimintaa sitoutuneeseen pääomaan, ei yrityksen veronmaksupolitiikka välttämättä vaikuta tähän mittariin. (Tunnuslukuopas n.d.)

4.2 Perinteinen kustannuslaskenta

Kustannuslaskenta on vanha ilmiö, sillä kauppiaita ja liikemiehiä on aina kiinnostanut heidän liiketoimintansa menestys. Suomessa kustannuslaskenta on tehty perinteisesti seuraavalla tavalla: ensin yrityksen kokonaiskustannukset on jaettu lajeittain. Eri kustannuslajeja voivat olla esimerkiksi vuokrat, palkat ja tarvikkeet. Kustannukset jaetaan välittömiin ja välillisiin kustannuksiin sen perusteella, kuinka helposti ne voidaan kohdistaa suoritteisiin eli yrityksen tuottamiin tavaroihin tai palveluihin. Välittömät kustannukset on melko helppo kohdistaa mutta välillisten kustannusten kohdistamiseksi täytyy käyttää jotain kohdistamisperustetta. Välilliset kustannukset kohdistetaan eri kustannuspaikoille ja kustannuspaikoilta edelleen suoritteille. Kustannuspaikkoja voivat olla esimerkiksi markkinointi, hallinto, varasto ja valmistusosasto. Kohdistamisen perusteena käytetään yleensä jotain laskukaavaa. (Alhola 2005, 10–14.)

Perinteisen kustannuslaskentajärjestelmän kilpailukyky nykyaikana on kyseenalaistettu, sillä kriitikoiden mukaan se ei anna riittävän tarkkaa tietoa siitä, mitkä tuotteet tai asiakkaat ovat yritykselle kannattavia tai kannattamattomia. Ne eivät myöskään tuota riittävästi kehittämisehdotuksia ja saattavat jopa kannustaa kilpailukykyä heikentäviä toimia. (Turney 2002, 14.) Erityisesti välillisten kustannusten kohdistaminen on aiheuttanut ongelmia. Perinteisen kustannuslaskentatavan mukaan välilliset kustannukset kohdistetaan tuotteille yleensä välittömän työn tai välittömän materiaalinkäytön perustella. Tämä on ollut toimiva ratkaisu silloin, kun välillisten kustannusten osuus tuotteiden valmistuksessa on ollut vain muutamia prosentteja. Nykyään välittömän työvoiman osuus suhteessa kokonaiskustannuksiin on vähentynyt esimerkiksi automaation vuoksi ja vastaavasti välillisten kustannusten suhteellinen osuus on kasvanut. Muun muassa tästä syystä välittömän työn käyttäminen ensisijaisena kohdistustekijänä voi johtaa väärin lopputuloksiin kustannuslaskelmassa. Tämä puolestaan antaa johdolle virheellistä tietoa ja johtaa väärin päätöksiin yrityksissä. (Turney 2002, 34.)

Perinteisen kustannuslaskennan kriitikoiden mukaan laskentatapa on kehitetty aikana, jolloin tuotantoprosessit olivat melko yksinkertaisia ja markkinat olivat vakaita. Ajan kuluessa tuotantotekniikka on kehittynyt ja yritykset ovat muuttuneet

yhä asiakaslähtöisimmiksi. Lisääntyneen automaation lisäksi kustannuslaskentaa vaikeuttaa se, että tavarat ja palvelut ovat muuttuneet monimutkaisemmiksi. Tämän seurauksena yrityksen kustannusrakenne on muuttunut ja yrityksen johto joutuu tekemään päätöksiä uudelaissa ympäristössä. Tämän vuoksi myös kustannuslaskentajärjestelmiä on täytynyt kehittää vastaamaan tämän päivän tarpeita. (Alhola 2005, 16.)

4.3 Toimintolaskenta

Koska perinteinen kustannuslaskenta ei anna riittävän tarkkaa kuvaa yrityksen kustannuksista, on kehitetty uusia tapoja laskea kustannuksia. Yksi toimivaksi todettu laskentatapa on toimintolaskenta (activity-based costing). Toimintolaskennassa kustannuksia lähestytään toimintoajattelun kautta. Toimintoajattelun mukaan suoritteiden valmistaminen edellyttää yritykseltä erilaisia toimintoja. Erilaiset asiakkaat, tuotteet, palvelut, projektit, kaupat, markkina-alueet ja jakelukanavat kuluttavat kaikki yrityksen toimintoja. Se, minkälaisia toimintoja yrityksellä on, riippuu yrityksestä ja toimialasta. Toiminnot ovat usein riippuvaisia toisistaan, ja yksi toiminto käynnistää toisen toiminnon, joka puolestaan saa aikaan lisää toimintoja ja muodostaa näin toimintoketjun. Toimintoketju saa yleensä alkunsa yrityksen ulkopuolelta tulevasta impulssista, esimerkiksi asiakkaan tekemästä tilauksesta. Toiminnot kuluttavat aina yrityksen resursseja ja aiheuttavat siten kustannuksia yrityksessä. (Alhola 2005, 27.)

Toiminnoissa on kyse siitä, mitä yrityksessä tehdään. Toiminnot ovat yrityskohtaisia. Yleisiä toimintoja ovat esimerkiksi tarjousten laadinta, ostotilausten vastaanotto, valmistus, pakkaaminen ja lähetys. (Alhola 2005, 51.) Kaikki toiminnot kuluttavat resursseja. Pieneltäkin kuulostava toiminto, kuten esimerkiksi asiakkaan valituksen käsittely, voi viedä yllättävän paljon resursseja yrityksessä. Valitusta voidaan joutua käsittelemään usealla osastolla, jolloin se imee itseensä paljon kustannuksia. Toimintolaskennan avulla voidaan selvittää todelliset kustannustekijät, jolloin voidaan vaikuttaa kustannuksiin niin, että koko yrityksen tasolla syntyy säästöjä. Yrityksessä tehtävien toimintojen kustannuksia mittaamalla yritysjohdolle syntyy selkeä kuva siitä, miten kustannukset todellisuudessa jakautuvat. Kun kustannukset ovat selvinneet, voidaan puuttua kustannusten syihin eli toimintoihin. Varsinkin

sellaisten toimintojen tarpeellisuutta, jotka eivät tuota asiakkaalle lisäarvoa, tulisi arvioida tarkkaan. (Alhola 2005, 29–32.)

Taloushallinnossa toimintoajattelu on johtanut kustannusten laskemiseen toimintolaskennan avulla. Lähtökohtana toimintolaskennassa on se, että toiminnot kuluttavat yrityksen resursseja. Kustannukset täytyy siis kohdistaa toiminnoille ja toiminnoilta edelleen tuotteille. Toiminnoille kohdistetut kustannukset määräytyvät sen mukaan, mitä toimintoja tuotteet kuluttavat. Toimintolaskentaa käytettiin alun perin enimmäkseen tuotelaskennassa, mutta nykyään toimintolaskennan käsite on laajentunut. (Alhola 2005, 33.) Nykyään toimintolaskentaa sovelletaan kaikenlaisiin organisaatioihin riippumatta siitä, onko yritys vähittäismyynti-, palvelu- tai tuotantoyritys. Myös monessa julkishallinnollisissa organisaatiossa on sovellettu toimintolaskentaa. (Turney 2002, 15.)

Perinteisen käsityksen mukaan yritys on joukko osastoja. Osastoja voivat olla esimerkiksi markkinointi-, valmistus- ja talousosasto. Tästä on seurannut kustannuspaikka-ajattelu, joka voi vaikeuttaa yrityksen ydintoimintojen hahmottamista. Kustannuspaikkapohjainen raportointi antaa tietoa ainoastaan siitä, kuinka paljon osastolla on ollut esimerkiksi henkilöstö- tai matkakuluja. Seurauksena tästä on kustannusten johtaminen sen sijaan, että johdettaisiin toimintaa. Tämä on ongelma, sillä yrityksen ydinprosessi tapahtuu kuitenkin toimintojen kautta. (Alhola 2005, 35.)

Toimintolaskennassa kustannukset sen sijaan kohdistetaan laskentakohteille. Niitä ei siis jaeta, vyörytetä eikä jyvitetä. Kustannusten kohdistamisen lähtökohtana on aiheuttamisperiaate. Ainoastaan tuotekehitys- ja ylikapasiteettikustannukset jätetään kohdistamatta. Tuotekehityskustannukset hyödyttävät vasta uusia tuotteita, joten niiden kohdistaminen nykyisille tuotteille olisi epäoikeudenmukaista. Samoin jos ylikapasiteettikustannukset kohdistettaisiin tuotteille, se vääristäisi tuotantokustannuksia ja asettaisi paineita nostaa tuotteen hintaa. (Alhola 2005, 44.)

Toimintolaskennassa kustannusten kohdistamiseen käytetään kustannusajureita. Kustannusajureita on kahta eri lajia: ensimmäisen tason kustannusajureita kutsutaan resurssiajureiksi ja toisen tason kustannusajureita toimintoajureiksi. Resurssiajureita käytetään kohdistamaan resurssit toiminnoille, kun taas toimintoajureita käytetään

kohdistamaan resurssit toiminnoilta laskentakohteille. On tärkeää kartoittaa ja valita kustannusajurit oikein, sillä väärä kustannusajuri johtaa virheelliseen lopputulokseen. Itse asiassa oikeiden ajurien kartoitus ja valinta onkin kriittisimpiä vaiheita koko toimintolaskennassa. (Alhola 2005, 47–48.)

Toimintoajurit ovat toiminnon suoritustiheyteen vaikuttavia tekijöitä. Otetaan esimerkiksi tilanne, jossa asiakkaat soittavat yrityksen asiakaspalveluun, koska ovat havainneet ongelmia tai puutteita yrityksen myymässä tuotteessa. Toimintoajattelun mukaan asiakasongelmien ratkaisuun käytetyt resurssit kohdistetaan tuotteelle tai suoritteelle, josta ongelma johtui. Tässä esimerkissä puheluiden määrä voisi olla yksi toimintoajuri. (Alhola 2005, 50–52.)

Toimintoajurien lisäksi voidaan käyttää yksikköajureita. Yksikköajureiden käyttö ei ole joka tilanteessa tarpeellista. Toisaalta joissain tilanteissa se on jopa välttämätöntä. Yksikköajureilla tarkoitetaan niitä tekijöitä, joilla on vaikutusta yksittäisen tekijän kustannuksiin. Niiden avulla voidaan nähdä kustannuserot saman toimintoryhmän sisällä. Edellisen esimerkin yksikköajuri voisi olla esimerkiksi asiakaspalveluun tulleiden puheluiden pituus. Ilman yksikköajuria kaikki asiakaspalveluun tulleet puhelut olisivat samanarvoisia. Jos yrityksellä on tiedossa kaikki suoritteen aikaansaamiseksi tarvittavat toiminnot, voi se saada selville tarkat tuote- tai suoritekustannukset laskemalla kustannukset yhteen. Riittävän tarkka kustannusten kohdistaminen onkin yksi toimintolaskennan tärkeimmistä tehtävistä. (Alhola 2005, 52–53.)

Jos toimintolaskenta halutaan ottaa käyttöön, laskentajärjestelmä täytyy räätälöidä erikseen kullekin yritykselle sopivaksi. Usein yrityksen toimintojen määrä on niin suuri, että kaikkia yksittäisiä toimintoja ja niiden kustannuksia ei ole järkevää määritellä erikseen. Jos yrityksessä on useita samankaltaisia toimintoja, jotka kuluttavat resursseja suurin piirtein samalla tavalla, voidaan ne yhdistää keskenään. Tällöin puhutaan toimintoaltaista. Myös sellaiset toiminnot, jotka ovat kokonaisuuden kannalta merkityksettömiä, voidaan yhdistää muihin toimintoihin, vaikka ne eivät kuluttaisikaan resursseja samalla tavalla. Toimintojen ja prosessien hallinnan helpottamiseksi toimintoja voidaan käsitellä suurempana joukkona, jolloin puhutaan toimintokeskuksista. Esimerkiksi kaikki asiakaspalvelusta aiheutuneet kustannukset voivat muodostaa yhden toimintokeskuksen. (Alhola 2005, 54.)

Toimintoanalyysi

Toimintolaskennan lähtökohta on toimintojen analysointi. Se on ikään kuin perustus, jonka pohjalta toimintolaskentajärjestelmä rakennetaan. Toimintoanalyysin tarkoitus on selvittää, mitä organisaatiossa tehdään ja kuinka resursseja käytetään. Sen avulla pyritään myös selvittämään, miten eri toiminnot liittyvät toisiinsa, mitä lisäarvoa toiminnot tuovat ja kuinka paljon kustannuksia kukin toiminto aiheuttaa.

Ensimmäinen vaihe toimintoanalyysissä on toimintojen kartoittaminen. Aluksi voidaan esimerkiksi selvittää kymmenen toimintoa, jotka kuluttavat yrityksen resursseja eniten. Asiakaskeskeisyyttä korostavien yritysten kohdalla on mielenkiintoista havaita, kuinka moni näistä kymmenestä toiminnosta varsinaisesti liittyy asiakkaisiin. Monesti havaitaan, että valtaosa resursseista kuluu sisäisten asioiden hoitamiseen yrityksessä. Toimintoanalyysi paljastaa, onko yrityksen resurssien käyttö ja siten toimintojen priorisointi linjassa yrityksen päämäärien ja toiminta-ajatuksen kanssa. (Alhola 2005, 105.)

Usein toimintoanalyysissä kartoitetaan myös toimintoketjuja. Toimintoketju on kokonaisuus, jonka yksittäiset mutta toisistaan riippuvaiset toiminnot muodostavat. Toimintoketjun hahmottaminen on erityisen tärkeää silloin, kun yrityksen toimintatapoja halutaan muuttaa. Toimintaketjujen kuvaus aloitetaan yleensä ydinketjusta. Ydinketjun toimintoihin kuuluu usein tuotekehitys, tuotanto, myynti ja markkinointi, tilauksen käsittely ja toimitus sekä asiakaspalvelu. Toimintoketjujen kartoitus auttaa ymmärtämään, ketkä osallistuvat ketjuihin ja kuka ketjuista todella vastaa. Kartoitus saattaa aiheuttaa myös halun purkaa turhaa hierarkiaa, jos sitä havaitaan analyysin yhteydessä. Toimintojen kartoitus tapahtuu yleensä haastattelemalla toiminnoista vastaavia henkilöitä. Kaikkia yrityksen työntekijöitä ei tarvitse haastatella, mutta haastattelun on oltava riittävän laaja, että saadaan kattava kuva toimintoketjusta. Parhaan kuvan saa haastattelemalla sekä esimiehiä että alaisia. Haastattelujen pohjalta tehty toimintokartoitus puretaan toimintahakemistoksi. Hakemiston toiminnot kannattaa luokitella käyttäen yrityksen kannalta hyödyllistä luokitteluperustetta. Hakemisto voidaan luokitella esimerkiksi lisäarvon tuottamisen tai toimintoketjun järjestyksen perustella. Luokiteltu hakemisto annetaan jokaiselle yrityksen henkilökunnan jäsenelle, jotta he voivat

arvioida ja merkitä lomakkeelle, kuinka paljon he käyttävät kuhunkin toimintoon aikaa. (Alhola 2005, 106–107.)

Toimintoanalyysiä tehtäessä kannattaa pitää mielessä, että kyse on toiminnoista eikä yksittäisistä tehtävistä. Toiminnoille on ominaista se, että ne voidaan erottaa jollain perusteella toisistaan. Jokainen toiminto kuluttaa resursseja tuottaakseen jonkin suoritteen. Toimintojen määrittämisen apuna voidaan käyttää kysymyksiä, kuten esimerkiksi: mitä toiminto tuottaa, mikä on toiminnon nimi ja kuka on vastuussa toiminnosta. Erityisen tärkeä kysymys on myös se, mikä on toiminnon tuottama lisäarvo asiakkaille. (Alhola 2005, 108.)

5 Sähköinen myyntilaskutus

5.1 Verkkolasku

Verkkolasku tarkoittaa sellaista sähköisessä muodossa olevaa laskua, joka siirtää laskun tiedot konekielisessä muodossa vastaanottajalle. Verkkolaskun vastaanottaja voi tuoda automaattisesti laskun tiedot taloushallinnon järjestelmään. Verkkolaskuksi ei siis lasketa esimerkiksi pdf-tiedostoa, josta tiedot täytyy käsin kopioida järjestelmään. (Tallberg 2015, 9.)

Verkkolaskussa laskun tiedot välitetään sähköisessä muodossa laskuttajan järjestelmästä suoraan vastaanottajan taloushallinnon järjestelmään, jossa vastaanottaja voi tarkistaa ja hyväksyä laskun. Laskusta voidaan tuottaa tietokoneen näytölle paperilaskua muistuttava näkymä. Verkkolasku on yleensä erittäin kustannustehokas tapa hoitaa yrityksen laskujen lähetys ja vastaanotto. Verkkolasku myös mahdollistaa kirjanpidon automatisoinnin. Verkkolasku-sanaa käytetään usein yritysten välisessä laskutuksessa. Kuluttaja-asiakkaalle lähetettävää verkkolaskua kutsutaan sen sijaan e-laskuksi. E-lasku lähetetään laskun vastaanottajan verkkopankkiin. (Sähköinen taloushallinto 2014.)

E-lasku on sähköisessä muodossa oleva lasku, joka tulee suoraan yksityisasiakkaan verkkopankkiin. Asiakas voi itse hallita, milloin ja kuinka paljon hänen tililtään laskutetaan. E-lasku on pankkien kehittämä ja pankit tarjoavat sitä suoraveloituksen tilalle, joka päättyi Suomessa EU-asetuksen vuoksi tammikuussa 2014. E-lasku on

käyttäjän kannalta helppo, sillä laskun tietoja ei tarvitse syöttää erikseen vaan ne ovat laskussa valmiina. Laskut myös arkistoituvat verkkopankkiin. (E-lasku ja suoramaksu n.d.)

Verkkolaskun käyttöönotto on nähty yrityksissä tehokkuutta lisäävänä ja kustannuksia pienentävänä uudistuksena. Verkkolaskutukseen siirtymisen myötä laskujen käsittely nopeutuu ja mahdollisuus virheiden tekemiseen pienenee. Yritys säästää myös paperissa ja postimaksuissa. Koko Euroopan alueella verkkolaskun tuomat säästöt yrityksille yhteensä on arvioitu sadoiksi miljardeiksi euroiksi. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 7.)

Suurin osa taloushallinnossa käsiteltävästä aineistosta on joko osto- tai myyntilaskuja. Verkkolaskujen käyttöön siirtymisellä säästetään merkittävästi aikaa, sillä paljon manuaalisia työvaiheita jää pois. Manuaalisen tallennustyön jäädessä pois vähenevät myös inhimilliset virheet. (Koivumäki & Lindfors 2012, 21.)

Verkkolaskun käytön edistäminen on ollut yksi Suomen tietoyhteiskuntapolitiikan tavoitteista, ja sen edistäminen on yhteiskunnan eri sektoreilla laajaa hyväksyntää nauttiva päämäärä. Valtionhallinto on pyrkinyt näyttämään muille esimerkkiä ja olemaan edelläkävijä verkkolaskutuksessa. Vuoden 2010 alusta valtio ottaa vastaan ainoastaan sähköisiä laskuja. Suomessa on jo vuodesta 2001 asti toiminut TIEKE Tietoyhteiskunnan kehittämiskeskus ry:n koordinoima verkkolaskufoorumi, jonka tarkoitus on helpottaa verkkolaskutuksen käyttäjien, asiantuntijoiden, ohjelmistotoimittajien ja kehittäjien verkostoitumista. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 14.)

Eräs merkittävä tekijä pk-yritysten verkkolaskutukseen siirtymisessä on paine yhteistyökumppaneiden ja asiakkaiden taholta. Esimerkiksi moni julkisen sektorin toimija, kuten valtio ja monet kunnat, eivät vuoden 2010 alusta lähtien enää ole ottaneet vastaan muita kuin sähköisiä laskuja. Myös moni suuri yksityisen sektorin yritys on seurannut perässä. Esimerkiksi Hewlett-Packard, IBM, Kesko, Kone ja Tieto linjasivat vuonna 2010, että he edellyttävät yhteistyökumppaneiltaan sähköistä laskua. Seuraavana vuonna perässä seurasivat muun muassa Ilmarinen, Neste Oil, Outokumpu, Sampo, Skanska ja TeliaSonera. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 15–16.)

5.2 Palveluntarjoajat

Nykyään verkkolaskupalvelutarjontaa on jo niin paljon, että pk-yritykselle parhaiten soveltuvan palvelun löytäminen vaatii paljon perehtymistä ja vertailua.

Verkkolaskutukseen siirtyvä yritys tarvitsee yhteistyökumppanikseen jonkin tahon, joka välittää verkkolaskuja. Näitä kutsutaan verkkolaskuoperaattoreiksi. Suomessa verkkolaskuoperaattoreita ovat muun muassa Basware, Maventa ja Itella.

Verkkolaskun vastaanottamisessa tarvitaan yhteistyötä myös pankkien kanssa.

Verkkolaskun käyttöönottovaiheessa tarvitaan usein myös taloushallinto-ohjelmistojen tai toiminnanohjausjärjestelmien tarjoajien palveluja varmistamaan ohjelman yhteensopivuus verkkolaskuoperaattorin kanssa. Samalla on varmistettava, että yrityksen asiakasrekisteristä tai asiakashallintajärjestelmästä voidaan siirtää tarvittavat tiedot automaattisesti laskulle. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 36–37.)

5.3 Verkkolaskustandardit

Verkkolasku vaatii sekä laskun lähettävältä että vastaanottavalta tietojärjestelmältä sitä, että ne ymmärtävät toisiaan. Käytännössä tämä tarkoittaa standardin käyttämistä. Verkkolaskustandardi jakaa laskun sisällön moniin eri tietokenttiin.

Esimerkiksi laskun loppusumma, lähettäjä ja laskun vastaanottajan osoite ovat kukin erillisiä tietokenttiä. Tietokenttien määrä voi vaihdella eri yrityksissä. Tärkeintä on kuitenkin, että vastaanottava järjestelmä tulkitsee laskun kannalta oleelliset tiedot oikein. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 9.)

Suomessa käytetään yleisesti kahta eri verkkolaskustandardia. Ensimmäinen on pankkien Finvoice-standardi, joka on yleisin Suomessa käytetty verkkolaskustandardi ja jonka osuus on arviolta $\frac{3}{4}$ kaikista Suomen verkkolaskuista. Toinen ja vähemmän käytetty standardi on Tieto Oyj:n TEAPPS. (Tallberg 2015, 9.) Myös muita, vähemmän käytettyjä verkkolaskustandardeja esiintyy. Näitä ovat esimerkiksi elnvoice, joka on pohjoismaisen verkkolaskukonsortion määrittelemä standardi. ISO 20022 - verkkolaskustandardi on melko uusi, joulukuussa 2010 hyväksytty standardi, jonka toivotaan oleellisesti helpottavan eri verkkolaskustandardien yhteensopivuutta. Verkkolaskustandardien lisäksi voidaan mainita myös EDI (Electronic Data Interchange), joka on vanha tiedonsiirtomalli. Sillä on määritelty eri

tietojärjestelmien välisten sanomien muotoa. Vanhanaikaisuutensa vuoksi se ei ole koskaan saavuttanut merkittävää asemaa pk-yritysten toimintaympäristössä. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 9.)

Erilaiset standardit välittävät laskun oleelliset tiedot. Yksityiskohdissa on kuitenkin eroja standardien välillä. Laskun liitteiden käsittelyssä on eroa. Lisäksi jotkut standardit tarjoavat esimerkiksi tiliöintiä helpottavia lisäkenttiä. Toiset standardit eivät sisällytä laskun kuvaa eikä yrityksen mahdollista mainosta laskuun lainkaan. Hyvä verkkolaskuoperaattori kykenee muuttamaan laskun muotoa matkalla niin, että se on mahdollisimman sopiva kullekin laskun vastaanottajalle. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 10.)

Laskun sisällön standardoinnin avainsana on nykypäivänä xml. Xml on tavallaan standardiperhe, jolla lopullisia standardeja pystytään luomaan. Edellä mainituista ainakin Finvoice ja TEAPPS ovat xml-muotoisia standardeja. Xml:n vahvuus on siinä, että se ei lyö lukkoon laskun ulkoasua mutta kertoo laskun rakenteen. Näin erilaisilta näyttävät mutta samaa tarkoittavat tietokentät ymmärretään oikein jatkokäsittelyssä ja samasta xml-aineistosta saadaan oikeanlainen kuva sekä tietokoneen ruudulle että paperille. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 11.)

5.4 Verkkolaskujen sähköinen arkistointi

Yksi verkkolaskutukseen siirtymisen luonnollisista seurauksista on sähköiseen arkistointiin siirtyminen ainakin laskujen osalta. Liiketapahtumia koskevat tositteet eli myös osto- ja myyntilaskut on kirjanpitolain mukaan säilytettävä kuusi vuotta kuluvan tilikauden päättymisestä. Laskut on laillista säilyttää sähköisessä muodossa. Lain mukaan kirjanpitoaineisto on säilytettävä Suomessa mutta tositteet ja kirjanpitoaineisto on luvallista säilyttää sähköisessä muodossa myös toisessa EU-maassa, kunhan aineistoon saadaan tietokoneyhteys ja tiedot on mahdollista saattaa selkeästi esitettävään muotoon. (Koivumäki & Lindfors 2012, 145–147.)

Sähköisestä arkistoinnista on paljon hyötyä. Sähköiset arkistot säästävät tilaa paperimappeihin verrattuna ja tiedon hakeminen on vaivatonta ja nopeaa. Arkistoinnissa on kuitenkin noudatettava kirjanpitolain arkistointia koskevia määräyksiä. Tilikauden aikana tulee tositteet säilyttää kahdella erillisellä

tietovälineellä. Toinen näistä voi olla tietokoneen kovalevy. Tilinpäätöksen jälkeen tiedot on tallennettava kahdelle eri tietovälineelle pysyvää säilytystä varten. Tallennusvälineiden on oltava sellaisia, ettei tietosisältöä voida tallennuksen jälkeen muuttaa. Tallennusväline voi olla esimerkiksi kertatallennettava CD- tai DVD-levy. Levyt on säilytettävä erillisissä tiloissa ja ne on määräajoin tarkastettava. Lisäksi tallennusmuodon on oltava sellainen, että sen voi saattaa selväkieliseksi muutenkin kuin käyttämällä alkuperäistä tallennusohjelmistoa. Laskujen sähköisessä tallentamisessa on lisäksi huomioitava laskun liitteiden arkistointi. (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 20–21.)

5.5 Verkkolaskuun siirtymistä hidastavat tekijät

Koska verkkolaskusta aiheutuvat säästöt ovat sidoksissa osto- ja myyntilaskujen määrään yrityksissä, voi verkkolasku tuoda paljonkin säästöjä yritykselle, joka lähettää ja vastaanottaa paljon laskuja. Yleensä nämä yritykset ovat suuryrityksiä. Pienemmät yritykset eivät säästä yhtä paljon, sillä ne yleensä lähettävät ja vastaanottavat vähemmän laskuja. Jotkut suuret yritykset ovat kieltäytyneet ottamasta vastaan paperilaskuja ja käytännössä komentaneet pienemmät yhteistyökumppaninsa siirtymään verkkolaskutukseen (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 15–16). Pieni yritys ei välttämättä hyödy tämänkaltaisesta järjestelystä mitään (Kurki, Lahtinen & Lindfors 2011, 8). Ulkopuolinen paine voikin olla ainut syy verkkolaskuun siirtymiselle pienemmässä yrityksessä.

Myös tekniset vaikeudet ovat hidastaneet verkkolaskutuksen käyttöönottoa. Vaikka kuluttajille suunnatun verkkolaskun eli e-laskun lähettäminen kuluttajille pankkien järjestelmien kautta toimii sujuvasti, yritysten väliset verkkolaskut liikkuvat kankeammin pankkien järjestelmien kautta. Kaksi suurinta verkkolaskutuksen käyttöönottoa hidastavaa tekijää ovat laatu- ja käytettävyysongelmat laskutiedostoissa ja operaattorijärjestelmissä sekä järjestelmän perusrakenne. Eri taloushallinnon järjestelmät ja operaattorit tuottavat ja välittävät verkkolaskuja, jotka poikkeavat muiden järjestelmien ja operaattorien verkkolaskusta sisällöltään ja laadultaan. Verkkolaskujen laatu vaihtelee niin paljon, että ennen käyttöönottoa on ensin kokeiltava, millaisena verkkolasku selviää perille operaattoriverkoston läpi. (Tallberg 2015, 8–10.)

Yhteensopimattomuudesta johtuvien ongelmien taustalla on suomalaisen verkkolaskujärjestelmän perusrakenne. Verkkolaskulla tarkoitetaan verkkolaskuoperaattorin välityksellä liikkuvaa rakenteellista sanomaa, joka on jonkin verkkolaskustandardin mukainen. Yleensä kyseessä on Finvoice-standardi. Laskun lähettäjällä on oltava sopimus jonkin verkkolaskuoperaattorin kanssa. Samoin laskun vastaanottajalla on oltava sopimus saman tai toisen operaattorin kanssa. Jos verkkolaskun lähettäjä ja vastaanottaja käyttävät eri operaattoreita, on operaattoreilla oltava keskinäinen sopimus ja verkkoyhteys. Ongelmatilanteissa operaattorit saattavat syytellä toisiaan ja asian selvittely voi viedä aikaa. Vaihtoehtoisesti yritys voi tehdä sopimuksen jonkin verkkolaskujen välittävän palveluntarjoajan kanssa, jolla puolestaan on sopimukset eri verkkolaskuoperaattorien kanssa. Suomalaiset verkkolaskuvälittäjät ovat verkkolaskufoorumin jäseniä ja sitoutuvat noudattamaan välittäjiä koskevia kriteerejä, jotka foorumi on määritellyt. Kriteerien tarkoitus on varmistaa verkkolaskutuksen toimivuus eri välittäjien välillä. (Tallberg 2015, 11.)

Yksi pk-yritysten ongelma on verkkolaskujen verkkopankin kautta vastaanotettujen laskujen tietojen siirtäminen taloushallinnon tietojärjestelmään. Verkkopankkien alustat on suunniteltu ensisijaisesti kuluttajille, jotka hoitavat laskujen maksun verkkopankissa eivätkä kierrätä niitä taloushallinnon järjestelmän kautta. Lisäksi verkkolaskujen yhteydessä ei vielä liiku standardimuodossa olevia tiliöinti- tai kohdistustietoja. Tämä rajoittaa automatisointia verkkolaskun vastaanottajan päässä. (Tallberg 2015, 8–11.)

Suuremmilla toimijoilla, kuten valtiolla ja suurilla yrityksillä on enemmän mahdollisuuksia ratkaista yhteensopimattomuudesta johtuvia ongelmia. Ne voivat rakentaa omia liittymiä oman taloushallinnon järjestelmän ja operaattorien järjestelmien välille ja sanella toimittajilleen lisäohjeita verkkolaskun sisällöstä. Pienemmät yritykset eivät yleensä pysty samaan. (Tallberg 2015, 11.)

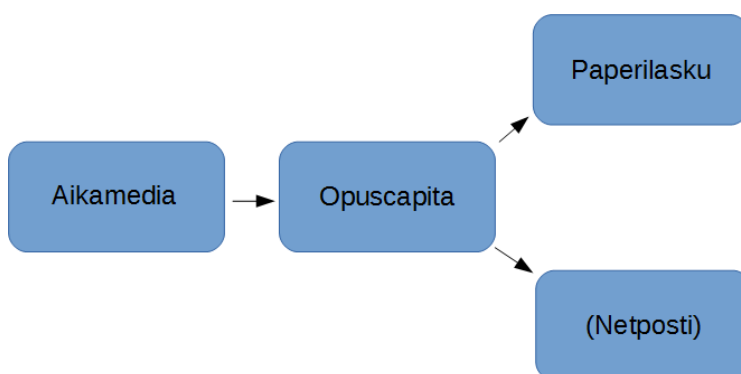
6 Tutkimuksen tulokset

Tämän opinnäytetyön tavoite oli selvittää, kannattaako toimeksiantajan siirtyä sähköiseen myyntilaskutukseen. Jotta kannattavuutta pystyttiin mittaamaan, oli

ensin perehdyttävä Aikamedian nykyiseen myyntilaskutusprosessiin. Tämän jälkeen selvitettiin, mitä investointeja toimeksiantajayrityksessä on tehtävä, jotta sähköiseen myyntilaskutuksen voitaisiin siirtyä. Tämän jälkeen voitiin laskea nykyisen laskujen lähetystavan aiheuttamat kustannukset ja verrata niitä arvioon uuden lähetystavan aiheuttamista kustannuksista. Uuteen laskujen lähetystapaan ei ole vielä siirrytty, joten tulevat kustannukset perustuvat arvioihin ja palveluntarjoajien tarjouksiin.

6.1 Myyntilaskutuksen nykytila toimeksiantajayrityksessä

Aikamedia lähettää vuosittain noin 28 000 myyntilaskua. Riippuu asiakkaasta, millä tavalla laskut lähetetään, mutta pääsääntöisesti laskujen lähetys on ulkoistettu Opuscapitalle, joka käsittelee hieman yli 21 000 Aikamedian laskua vuodessa. Laskua laadittaessa Aikamedian toiminnanohjausjärjestelmä muuntaa laskut e-kirjeenä lähetettävään muotoon, ja ne lähetetään Herald-ohjelmalla Opuscapitalle, joka huolehtii laskujen tulostamisesta, kuorituksesta ja niiden eteenpäin lähettämisestä. Ne henkilöasiakkaat, joilla on Netposti-tili, saavat laskun Netpostiin, joka on Postin henkilöasiakkaiden sähköinen postilaatikko. Netposti ei ole kuitenkaan kovin suosittu tapa vastaanottaa laskuja. Aikamedialla Netpostiin menee vuodessa vain noin 200 laskua. Suurin osa henkilöasiakkaiden laskuista ja kaikki yritysasiakkaiden laskut laskuista kuoritetaan ja toimitetaan Postille, joka kuljettaa paperilaskut asiakkaille.



Kuvio 1. Aikamedian nykyinen myyntilaskutus

Ne laskut, joita ei lähetetä Opuscapitalle, tulostetaan ja kuoritetaan Aikamedian tiloissa. Näin toimitaan esimerkiksi silloin, kun luotettavaksi tiedetty asiakas tilaa suuremman määrän esimerkiksi kirjoja tai levyjä. Tällöin lasku lähetetään paperisena tavaralähetyksen mukana asiakkaalle. Myös Ruotsissa asuvien lehtitilaajien SEK-

muotoiset laskut tulostetaan ja kuoritetaan käsin toimeksiantajanyrityksen tiloissa. Laskun lisäksi kirjekuoreen laitetaan ruotsalaisten pankkien käyttämä pankkisiirtolomake. Syynä tähän on se, että asiakkaat ovat hyvin vanhoja ja ovat tottuneet maksamaan laskut pankissa pankkisiirtolomakkeella. Näitä laskuja ei kuitenkaan ole kovin paljoa, vain noin 180 kappaletta vuodessa. Nämä laskut todennäköisesti tullaan käsittelemään samalla tavalla senkin jälkeen, kun muut laskut lähetettäisiin verkkolaskujen välittäjälle.

Aikamedian laskut tehdään toimeksiantajan käyttämällä ERP:llä eli toiminnanohjausjärjestelmällä. Lyhenne ERP tulee sanoista Enterprise Resource Planning. Toiminnanohjausjärjestelmät ovat yleistyneet suuryrityksissä 1990-luvulta lähtien, mutta nykyään niitä käyttävät pienemmätkin yritykset. Toiminnanohjausjärjestelmä koostuu useasta eri moduulista, jotka käyttävät samaa tietokantaa. ERP kattaa yleensä vähintään taloushallinnon, myynnin, tuotannon, projektinhallinnan, henkilöstöhallinnon, logistiikan ja materiaalihallinnan osa-alueet. Yleensä ERP-järjestelmän keskiössä on taloushallintomoduuli. Taloushallinnon perustiedoissa määritellään tiedot, jotka ohjaavat muiden moduulien toimintoja. Näitä ohjaustietoja ovat esimerkiksi organisaatorakenne, tilikartta ja kustannuspaikkatiedot. (Lahti & Salminen 2014, 40.) Aikamedian käyttämä toiminnanohjausjärjestelmä on nimeltään Digia Enterprise.

Toimintoanalyysi myyntilaskutuksesta

Aikamedian myyntilaskutuksen nykytilan tarkemmaksi selvittämiseksi tässä työssä käytettiin toimintoanalyysiä. Koska toiminnot ovat laajempia kokonaisuuksia kuin vain yksittäiset tehtävät, myyntilaskutuksen voitaisiin ajatella olevan yksi toiminto. Aikamedialla myyntilaskutusprosessiin kuuluvat laskujen laatimisen ja lähettämisen lisäksi saatavien seuranta ja mahdollinen suoritusten kohdistaminen. Yleensä suoritukset kohdistuvat automaattisesti, mutta suoritukset joudutaan kohdistamaan manuaalisesti esimerkiksi silloin, kun asiakas on maksanut laskun ilman laskussa näkyvää viitenumeroa. Myyntilaskutukseen kuuluu myös mahdollisten karhukirjeiden lähettäminen, jos asiakas ei ole maksanut alkuperäistä laskua ja saatavien siirtäminen perintään, jos asiakas ei edelleenkään maksa laskua. Itse perintä on ulkoistettu perintätoimistolle.

Toimintoanalyysissä voidaan käyttää apuna seuraavanlaisia kysymyksiä (Alhola 2005, 108):

1. Toiminnon kuvaus – mikä on toiminnon nimi?

Myyntilaskutus

2. Kuka on toiminnon vastuuhenkilö?

Yrityksen kirjanpitäjä vastaa laskuaineiston lähettämisestä ja saatavien seuraamisesta. Kunkin laskun tekemisestä vastaa se henkilö, joka ottaa tilauksen vastaan.

3. Mitä toiminto tuottaa?

Toiminto tuottaa laskun.

4. Mitä lisäarvoa toiminto tuottaa asiakkaalle?

Lasku auttaa asiakasta maksamaan ostotilauksen.

5. Ketkä henkilöt osallistuvat toiminnon suoritteiden aikaansaamiseen?

Laskun laatimisvaiheessa tilauksen käsittelijä osallistuu toimintoon laatimalla laskun. Laskun lähettämisvaiheessa Aikamedian talousassistentti osallistuu toimintoon lähettämällä laskuaineiston ja seuraamalla saatavia. Hän myös kohdistaa asiakkaan suorituksen laskulle myyntireskontrassa, jos suoritus ei kohdistu automaattisesti. Hän lähettää myös karhukirjeet, jos asiakas ei maksa laskua, ja on mahdollisesti yhteydessä perintätoimistoon perintätoimien aloittamiseksi, mikäli asiakas ei edelleenkään maksa laskua.

6. Mitä muita resursseja kuin henkilöresursseja toiminto kuluttaa (tilat, koneet, laitteet)?

Laskujen laatimiseen ja lähettämiseen tarvitaan tietokonetta, toiminnanohjausjärjestelmä ja internet-yhteys.

7. Mitkä ovat toimintoa edeltävä ja seuraava toiminto (toiminnon toimittaja ja asiakas)?

Yleensä laskutusta edeltää asiakkaalta tulleen ostotilauksen käsittely. Lehtitilauksen tapauksessa laskutusta on saattanut edeltää useita valmistus- ja lähetystoimintoja.

Jos asiakas tilaa tuotteita verkkokaupasta, on kyse varastossa olevien valmiiden tuotteiden tilauksesta, jotka asiakas maksaa etukäteen verkkokaupassa tilauksen tekemisen yhteydessä. Tällöin ostotilaus ja tilauksen käsittely edeltävät laskutusta ja laskutusta seuraa lähetystoiminto.

8. Mitä muuta halutaan sanoa?

Koska laskujen tulostus ja kuoritus on nykyäänkin ulkoistettu ja laskuaineiston lähettäminen sähköisessä muodossa on nopeaa ja vaivatonta, laskutukseen käytetty aika ei muutu. Näin ollen toimintoanalyysin tekeminen koko myyntilaskutusprosessista ei ole tarkoituksenmukaista. Sen sijaan tässä työssä vertaillaan vanhan ja uuden lähettämistavan kustannuksia. Resurssiajurina voidaan näin ollen käyttää lähetettyjen laskujen määrää. Mikäli toimintoanalyysi haluttaisiin tehdä koko myyntilaskutusprosessista, voitaisiin resurssiajurina käyttää laskutukseen käytettyä aikaa. Koska toimeksiantajayrityksessä useampi työntekijä osallistuu myyntilaskujen laatimiseen, täytyisi ensin selvittää, kuinka suuri osa kunkin työntekijän työajasta kuluu laskutukseen. Jos laskutukseen kuluu vaikkapa viisi prosenttia työajasta, henkilön palkkakuluista viisi prosenttia kohdistetaan laskutukseen. Laskutuksen kustannusten selvittyä voitaisiin tämän toiminnon kustannukset kohdistaa edelleen tuotteille käyttäen toimintoajuria. Tässä esimerkissä luonteva toimintoajuri voisi olla laskujen lukumäärä.

Koska paperilaskuja on vuodessa arviolta 20800 ja Netposti-laskuja 200, saadaan laskujen keskimääräinen hinta selville kaavalla $(20800 \cdot 0,88 + 200 \cdot 0,32) / 21000$. Tällä laskukaavalla saadaan yhden laskun keskimääräiseksi hinnaksi 0,87 euroa. Vuodessa laskujen lähettämisen kustannukset ovat siis 18 368 euroa.

Verkko- ja e-laskut ovat Netposti-palvelua suositumpia joten sähköiseen myyntilaskutukseen siirryttyä paperilaskujen määrän voidaan arvioida laskevan 19800 laskuun vuodessa. Verkko- ja e-laskujen määrä nousee vastaavasti 1200 laskuun vuodessa. Näissä olosuhteissa yhden laskun keskimääräinen hinta tulisi olemaan 0,56 euroa per lasku, joka on laskettu kaavalla $(55 \cdot 12 + 19800 \cdot 0,55 + 1200 \cdot 0,26) / 21000$. Yhteensä laskujen lähettämisen kustannukset vuodessa tulisivat olemaan 11 862 euroa. Laskukaava poikkeaa

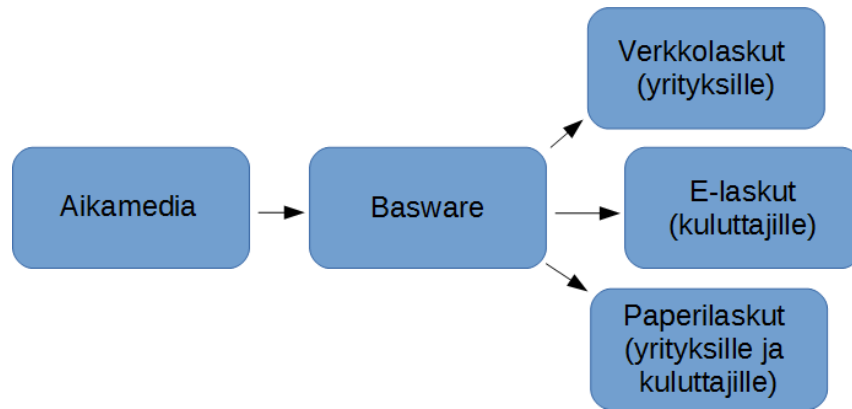
edellisestä kaavasta siksi, että siihen on laskettu mukaan 55 euron kuukausimaksu 12 kuukaudelta.

Taulukko 1. Vanhan ja uuden myyntilaskutustavan kustannukset

	Keskihinta	Hinta yhteensä/vuosi
Nykyinen	0,87 €	18 368 €
Uusi	0,56 €	11 862 €
Aloituskulut		
ERP verkkolaskumoduuli		3 000 €
Verkkolaskutuksen käyttöönotto		2 990 €
Aloituskulut yhteensä		5 990 €

6.2 Verkkolaskutukseen siirtyminen

Koska verkkolaskutukseen liittyy vielä yhteensopimattomuusongelmia ja koska Aikamedialla on jo valmiiksi käytössä Baswaren pankkiyhteysohjelma, on luontevinta ja turvallisinta käyttää Baswaren tarjoamia verkko- ja e-laskupalveluja. Basware hoitaa myös niiden asiakkaiden laskut, jotka eivät pysty ottamaan vastaan verkkolaskuja (ks. kuvio 2). Verkkolaskuaineisto voidaan lähettää Baswarelle käyttämällä saman yrityksen valmistamaa pankkiyhteysohjelmaa. palveluntarjoajan tarjouksessa palvelun käyttöönottokustannukset olivat 2990 euroa. Lisäksi palveluntarjoaja perii kuukausimaksun (55 euroa) ja veloittaa pienen summan jokaisesta lähetetystä verkkolaskusta (0,26 euroa). Jos asiakas ei pysty ottamaan vastaan verkkolaskua, huolehtii palveluntarjoaja laskun kuorituksesta ja postituksesta mutta veloittaa siitä 0,55 euroa laskulta ja 0,10 euroa jokaisesta mahdollisesta lisäsivusta, joka laskussa on. Lisäsivuja ei ole huomioitu laskelmissa, sillä suurin osa laskuista on yksisivuisia. Pankkiyhteysohjelman valmistaja ja verkkolaskuja välittävä palveluntarjoaja ovat tässä tapauksessa sama yhtiö, joten yhteensopimattomuusongelmia ei pitäisi Aikamedian päässä syntyä.



Kuvio 2. Aikamedian myyntilaskutusprosessi sähköiseen myyntilaskutukseen siirtymisen jälkeen

Taulukko 2. Vanhan ja uuden laskujen lähetystavan hinnat

	Määrä/vuosi	Hinta/kpl
Nykyinen		
Paperi	20 800	0,88 €
Netposti	200	0,32 €
Uusi		
Paperi	19 800	0,55 €
Verkkolasku	1 200	0,26 €

Palveluntarjoajan vaihtaminen toisi noin 6 000 euron vuotuiset säästöt. On kuitenkin huomioitava, että suurin osa säästöistä ei tule verkkolaskuista vaan paperilaskun lähettämisen hinnan laskusta. Vaikka Aikamedialla olisikin valmiuksia lähettää verkkolasku, suurin osa laskuista lähtee edelleen paperisina, sillä suurimmalla osalla asiakkaista ei ole valmiuksia vastaanottaa verkkolaskua. Tarkoitus on kuitenkin lähettää verkkolasku kaikille, jotka sen pystyvät ottamaan vastaan, sillä sen lähettäminen on yli puolet edullisempaa paperilaskuun verrattuna. Tässä työssä ei ole laskettu verkkolaskun tuomia säästöjä erikseen, sillä mikäli toimeksiantaja haluaa lähettää verkkolaskuja, sen kannattaa vaihtaa palveluntarjoajaa, ja silloin paperilaskujenkin hinta muuttuu.

Tutkimuksessa kävi ilmi, että Aikamedian nykyisin käyttämä toiminnanohjausjärjestelmä ei sellaisenaan sovi verkkolaskujen tekemiseen. Se on kuitenkin muokattavissa tai päivitettävissä sellaiseen versioon, joka pystyy käsittelemään verkkolaskuja. Koko yrityksen toiminnanohjausjärjestelmän

vaihtaminen olisi hyvin raskas prosessi, joten luonteva vaihtoehto on hankkia toiminnanohjausjärjestelmään lisämoduuli tai päivitys, minkä jälkeen toiminnanohjausjärjestelmällä pystyy tekemään Finvoice-verkkolaskustandardin mukaisia laskuja. Verkkolaskumoduulin hankkimisesta toiminnanohjausjärjestelmään aiheutuu kuluja arviolta 3 000 euroa. Arvio perustuu toiminnanohjausjärjestelmän valmistajan tarjoukseen.

Arvio lähetettävien verkkolaskujen määrästä perustuu asiakaspalvelijoiden ja muiden asiakkaiden kanssa läheisesti tekemässä olevien Aikamedian työntekijöiden haastatteluihin. Haastattelun tarkoituksena oli selvittää, ovatko asiakkaat ottaneet yhteyttä ja pyytäneet verkkolaskua ja jos ovat, kuinka yleisiä verkkolaskua koskevat yhteydenotot ovat. Tarkoitus oli myös selvittää, millaiset asiakkaat pyytävät verkkolaskua. Haastattelussa käytettiin lomakemallista, puolistrukturoitua haastattelua. Kysymykset olivat samat kaikille mutta vastausvaihtoehdot olivat avoimia. Haastattelu tehtiin sähköpostin välityksellä. Tässä tapauksessa sähköpostin käyttö oli luonteva vaihtoehto, sillä haastateltavat työskentelevät eri puolella Suomea, kuten Keuruun tai Keravan toimipisteellä. Osa puolestaan tekee töitä kotoaan käsin.

Haastattelusta kävi ilmi, että Aikamedian asiakkaista yleensä suuremmat yritysasiakkaat ja organisaatiot haluaisivat ottaa vastaan verkkolaskuja perinteisen paperilaskun sijaan. Verkkolaskuja pyytäneitä asiakkaita ovat esimerkiksi kirjakaupat, kuntayhtymät ja muut julkishallinnon organisaatiot, kuten Puolustusvoimat. Myös evankelis-luterilaiset seurakunnat ja jotkut helluntaiseurakunnat ovat pyytäneet verkkolaskuja. Yritysten ja organisaatioiden lisäksi jotkut yksityishenkilöt, kuten nuoremmat, verkkopankin käyttöön tottuneet asiakkaat ja vanhusten lapset, jotka hoitavat vanhempiensa laskujen maksun, haluaisivat ottaa vastaan verkkolaskuja paperilaskujen sijaan. Haastattelujen perusteella on arvioitu, että verkkolaskutuksen käyttöön ottamisen jälkeen verkko- ja e-laskuja lähetettäisiin vuodessa noin 1200 kappaletta.

7 Johtopäätökset

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena oli selvittää, onko sähköiseen myyntilaskutukseen siirtyminen kannattavaa toimeksiantajayrityksessä. Tutkimuksessa selvisi, että sähköiseen myyntilaskutukseen siirtyminen on kannattavaa ja että se maksaa itsensä takaisin. Erikoista tutkimuksen tuloksessa on se, että suurin osa säästöistä ei kuitenkaan tule verkkolaskuista. Sen sijaan suurin säästö johtuu paperilaskujen lähettämisen kustannusten muutoksesta, joka on tavallaan verkkolaskutuksen käyttöönoton sivuvaikutus. Palveluntarjoajaa on nimittäin vaihdettava, jotta verkkolaskuja voidaan lähettää, ja palveluntarjoajan vaihtuessa paperilaskujen lähettämisen kustannuksetkin muuttuvat. Tässä tapauksessa ne laskevat 0,88 eurosta 0,55 euroon per lähetetty paperilasku.

Osa verkkolaskutuksesta saatavista säästöistä todennäköisesti realisoituu vasta tulevaisuudessa, sillä mikäli nykyinen kehityskulku jatkuu, tulevaisuudessa yhä useammilla yrityksillä tulee olemaan valmiudet vastaanottaa verkkolaskuja. Koska verkkolasku on laskun lähettäjän kannalta paperilaskua halvempi vaihtoehto, verkkolaskutuksesta aiheutuvat säästöt näin ollen todennäköisesti lisääntyvät tulevaisuudessa. Sähköiseen myyntilaskutukseen siirtyminen voidaan siis nähdä pitkän aikavälin sijoituksena, jonka arvon voidaan odottaa nousevan tulevaisuudessa. Lisäksi sähköinen myyntilaskutus on osa laajempaa kokonaisuutta, sähköistä taloushallintoa. Mikäli toimeksiantajayrityksessä halutaan tulevaisuudessa siirtyä kokonaan sähköiseen taloushallintoon, on ensimmäinen askel siihen suuntaan jo otettu sähköiseen myyntilaskutukseen siirryttäessä.

8 Pohdinta

Verkkolaskutusta käsittelevän tutkimustiedon voisi kiteyttää seuraavasti: verkkolasku tuo yrityksille kustannussäästöjä, mutta verkkolaskutukseen liittyy myös ongelmia, minkä vuoksi etenkin pienemmät yritykset eivät ole kovin halukkaita siirtymään verkkolaskutukseen. Tämän tutkimuksen tulos on linjassa ensimmäisen väittämän kanssa, sillä verkkolaskutukseen siirtyminen toisi Aikamediallekin kustannussäästöjä. Verkkolaskujen yleisimpiä ongelmia on käsitelty tämän työn teoriaosiossa, mutta

Aikamedian tapauksessa ongelmiin ei ole päästy käsiksi, sillä Aikamedia ei ole vielä siirtynyt verkkolaskutukseen.

Eräs vaikeus tutkimuksessa oli se, että verkkolaskutukseen siirtymisen kustannukset perustuvat arvioon, eikä todellista tilannetta päästä tutkimaan. On aina mahdollista, että verkkolaskutuksen käyttöönottovaiheessa tai sen jälkeen tulee vastaan yllättäviä teknisiä vaikeuksia, joihin on vaikea varautua ennalta. Lisäksi arvio tulevista kustannuksista perustuu toiminnanohjausjärjestelmän valmistajan ja verkkolaskuja välittävän palveluntarjoajan tarjouksiin, jotka eivät ole opinnäytetyön valmistumishetkellä enää voimassa. Yleensä tämän kaltaiset tarjoukset ovat voimassa rajoitetun ajan, kuten esimerkiksi yhden kuukauden. Jos toimeksiantajayrityksessä joskus siirrytään sähköiseen myyntilaskutukseen, täytyy kustannukset laskea siirtymisvaiheessa uudelleen voimassa olevien tarjousten pohjalta.

Jos samalle toimeksiantajalle tehtäisiin jatkotutkimuksia, voitaisiin tutkia sähköiseen ostolaskutukseen siirtymisen kannattavuutta. Laajempi jatkotutkimusaihe voisi olla sähköiseen taloushallintoon siirtymisen kannattavuuden tutkiminen. Molemmat olisivat toimeksiantajan kannalta tutkimisen arvoisia tutkimuskohteita. Olisi myös kiinnostavaa ja hyödyllistä tehdä määrällinen tutkimus Aikamedian asiakkaiden halusta ja valmiuksista ottaa vastaan e-laskuja paperilaskujen sijaan.

Luotettavuustarkastelu

Kehittämistutkimuksen luotettavuuden arviointi on opinnäytetyön valmistumishetkellä vielä alkuvaiheessa, ja koska kehittämistutkimukselle ei ole omaa tutkimusmetodologiaa, on tutkimuksen luotettavuusarvioinnissa käytettävä laadullisen ja määrällisen tutkimuksen kriteerejä eli validiteettia ja reliabiliteettia. (Kananen 2012, 24.)

Reliabiliteetti

Perinteisesti reliabiliteetti on määritelty niin, että tutkimus on reliaabeli silloin, kun tutkitaan samaa ilmiötä kaksi kertaa ja saadaan sama tulos. Reliabiliteetti on alun perin peräisin kvantitatiivisesta tutkimuksesta, joten se ei kaikilta osin sovellu kvalitatiiviseen tutkimukseen. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 186.) Jos tämä tutkimus

toistettaisiin, päädyttäisiin samaan johtopäätökseen. Jos toinen tutkimus tehtäisiin pian ensimmäisen jälkeen, tämä kriteeri todennäköisesti toteutuisi. Mikäli tutkimusten välillä kuluisi kauan aikaa, lopputulos saattaisi kuitenkin olla erilainen. Tutkimuksen pitkän aikavälin toistettavuudesta käytetään käsitettä ajallinen reliabiliteetti (diachronic reliability). Taustalla on oletus, että tutkittavat ilmiöt pysyvät samanlaisina riippumatta siitä, milloin niitä tutkitaan. Yleensä tämä ei kuitenkaan ole totta, sillä kvalitatiivisessa tutkimuksessa tutkittavat ilmiöt usein muuttuvat ajan kuluessa. (Saaranen-Kauppinen & Puusniekka 2006.)

Haastattelujen toistaminen on erityisen ongelmallista, sillä ihminen muuttuu ajan kuluessa ja myös toimii eri tavalla riippuen tilanteesta ja ympäristöstä, jossa hän kulloinkin on. Tämä pätee sekä haastattelijoihin että haastateltaviin. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 186.) Myös tässä opinnäytetyössä tutkittava ilmiö, verkkolaskutus ja sen kustannukset, muuttuvat. Muutos on niin nopeaa, että mikäli Aikamediassa halutaan joskus siirtyä sähköiseen myyntilaskutukseen, heidän on pyydettävä uudet tarjoukset toiminnanohjausjärjestelmän valmistajalta ja verkkolaskujen välittäjältä ja arvioitava kannattavuus niiden valossa uudelleen. Tämän opinnäytetyön tuloksia voidaan kuitenkin käyttää apuna kannattavuuden arvioinnissa. Myös tutkimuksen vaiheiden tarkka dokumentointi ja kuvaaminen lisäävät tutkimuksen luotettavuutta. Tutkimuksen vaiheiden kuvaamisen tarkoituksena on kertoa opinnäytetyön lukijoille, kuinka tähän tulokseen päädyttiin. Tämän tutkimuksen kulku on kuvattu Tutkimusasetelma-luvussa.

Eräs laadullisen tutkimuksen luotettavuutta kuvaava mittari on aineiston kylläntyminen eli saturaatio. On kuitenkin muistettava, että ainoastaan yhdeltä henkilöltä peräisin oleva kuvaus ei tee kuvauksesta automaattisesti epäluotettavaa. Samoin jos ilmiöstä on olemassa satoja kuvauksia eri henkilöiltä, ei tämäkään ole automaattisesti tae luotettavuudesta. Yleisölle esiintyvä taikuri voi silmänkääntötempulla onnistua huijaamaan satapäistä yleisöä mutta ei silmänkääntötempussa avustavaa henkilöä, joka näkee tempun eri näkökulmasta. Tässä tapauksessa taikurin avustajaa haastatteleamalla saisi todenmukaisemman käsityksen silmänkääntötempusta kuin yleisöä haastatteleamalla. (Merriam 2014, 221.)

Tutkimusasetelmasta johtuen tämän työn tutkimusaineisto ei kaikilta osin voi kylläntyä. Koska tutkimuksen kohteena on yksittäisen yrityksen myyntilaskutusprosessi, ei ole tarkoituksenmukaista haastatella muiden yritysten työntekijöitä. Moni taloushallinnon asiantuntija osaisi kertoa sähköisestä myyntilaskutuksesta yleisellä tasolla, mutta heidän olisi vaikea sanoa, kuinka sähköinen myyntilaskutus toimisi Aikamedian kontekstissa. Koska Aikamedia on kohtuullisen pieni yritys, haastateltavien määrä jää väkisinkin pieneksi.

Validiteetti

Perinteisesti validiteetilla tarkoitetaan sitä, kuinka yleistettäviä tutkimuksen tulokset ovat (Merriam 2014, 223). Validiteetin käsite on reliabiliteetin tavoin alun perin peräisin kvantitatiivisesta tutkimuksesta, joten perinteinen validiuden käsite ei sovellu täysin kvalitatiiviseen tutkimukseen (Hirsjärvi & Hurme 2000, 186 – 189). Tilastollinen yleistys, jossa tutkitaan satunnaisotannalla valittua ryhmää ja yleistetään tutkimuksen tulos kattamaan koko populaatiota, ei ole tutkimuksessa mahdollista (Merriam 2014, 223 – 225). Kehittämistutkimuksen tarkoitus ei muutenkaan ole yleistää tutkimustuloksia. Tuloksia voidaan kuitenkin hyödyntää muuallakin, kunhan huomioidaan tutkimuksen alkuperäinen konteksti. (Kananen 2012, 43.)

Jos kehittämistutkimuksen tuloksia soveltaa muualla kuin sen alkuperäisessä kontekstissa, on osa vastuusta tutkimuksen soveltajalla. Alkuperäinen tutkija ei näet voi tietää, missä ja milloin hänen tutkimuksensa tuloksia sovelletaan. Tutkijan on kuitenkin osoitettava riittävän tarkka kuvaus tutkimuksessaan käyttämistä tutkimusmenetelmistä, jotta tutkimuksen tuloksien soveltaminen muualla on mahdollista. (Merriam 2014, 223–225.)

Vaikka tämän tutkimuksen pohjalta ei voidakaan tehdä kattavia yleistyksiä, voi tämäkin tutkimus tarjota tietoa, joka ylittää yksittäistapauksen. Jos jokin toinen yritys on samankaltaisessa tilanteessa kuin tämän työn toimeksiantaja, voi tästä tutkimuksesta olla hyötyä heillekin. Etenkin jos myyntilaskujen määrä ja asiakaskunnan rakenne on samankaltainen kun Aikamedialla.

Saaranen-Kauppinen ja Puusniekan (2006) mukaan validiteetissa on laadullisen tutkimuksen kontekstissa kyse siitä, onko tutkimus perusteellisesti tehty ja pätevä,

sekä siitä, onko tutkija tehnyt oikeita tuloksia ja johtopäätöksiä. Tutkija voi esimerkiksi kysyä väärä kysymyksiä tai tehdä väärä päätelmiä. (Mt.)

Luotettavuuden varmistamiseksi haastattelemalla saatuja tietoja voidaan verrata muihin lähteisiin. Jos haastattelemalla saadut tiedot ovat yhdenmukaisia muiden lähteiden kanssa, voidaan haastattelutieto katsoa validiksi. On kuitenkin pidettävä mielessä, että ihmisten käsitykset saattavat muuttua lyhyessäkin ajassa suuresti. Haastattelututkimuksessa eräs validiuden peruste on haastateltavien luotettavuus. Joissain tapauksissa tämä on mahdollista tarkistaa kirjallisista lähteistä, esimerkiksi silloin jos epäillään, onko haastateltavan asema ja koulutus todella hänen kertomustaan vastaava. Joskus on myös mahdollista varmistaa haastateltavan kertomusten luotettavuus tai hänen asemansa kysymällä muilta asiantuntijoilta. (Hirsjärvi & Hurme 2000, 186–189.)

Kehittämistutkimuksen luotettavuutta voidaan arvioida aiempien tutkimusten valossa. Baswaren sponsoroima *E-invoicing / E-billing - Key stakeholders as game changers* -tutkimus osoittaa, että sähköinen myyntilaskutusprosessi voi tuoda laskuttajalle 60–80 prosentin kustannussäästöt alkuinvestointien takaisinmaksuajan ollessa tyypillisesti 0,5–1,5 vuotta (Koch 2014, 9). Tämän kaltaisiin lukemiin on tässäkin opinnäytetyössä päädytty. Tosin on muistettava, että merkittävä osa kustannussäästöistä tulee paperilaskujen hinnan muutoksesta. Muutenkin aiempien tutkimusten tuloksiin on hyvä suhtautua kriittisesti, sillä suuri osa verkkolaskutukseen liittyvistä tutkimuksista on verkkolaskupalveluita tarjoavien tahojen ostamia tai toteuttamia. Moni verkkolaskutuksen tilaa tutkiva, puolueettoman tahon toteuttama tutkimus käsittelee enemmän verkkolaskutukseen liittyviä ongelmia. Esimerkiksi Tallbergin (2015) tutkimuksessa käsitellään paljon verkkolaskutukseen siirtymistä hidastavia tekijöitä. Tässä tutkimuksessa ei olla päästy käsiksi konkreettisiin ongelmiin Aikamedian tapauksessa, sillä verkkolaskutukseen ei olla vielä siirrytty.

Lähteet

- 2012 global e-invoicing study. 2012. The Institute of Financial Operationsin tuottama tutkimus verkkolaskutuksen tilasta maailmanlaajuisesti. Viitattu 8.3.2016.
<http://www.basware.com/knowledge-center/2012-global-e-invoicing>
- Alhola, K. 2005. Toimintolaskenta. Perusteet ja käytäntö. 3p. Helsinki: WSOY.
- E-lasku ja suoramaksu. N.d. Artikkelin Finanssialan Keskusliiton verkkosivulla. Viitattu 9.5.2016. <http://www.finanssiala.fi/e-lasku/Sivut/default.aspx>
- Eskola, J & Suoranta, J. 2014. Johdatus laadulliseen tutkimukseen. 14p. Tampere: Vastapaino.
- Hofstrand, D. 2009. Understanding profitability. Artikkelin Iowa State Universityn verkkosivuilla. Viitattu 5.2.2016.
<https://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/html/c3-24.html>
- Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2000. Tutkimushaastattelu: Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Gaudeamus.
- Kananen, J. 2012. Kehittämistutkimus opinnäytetyönä. Kehittämistutkimuksen kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2010. Opinnäytetyön kirjoittamisen käytännön opas. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kananen, J. 2009. Toimintatutkimus yritysten kehittämisessä. Jyväskylä: Jyväskylän ammattikorkeakoulu.
- Kangasoja, M., Luoma, M. & Mantsinen, T. 2014. Kohti hyvää seurakuntahallintoa. Keuruu: Aikamedia.
- Koch, B. 2014. E-invoicing / E-billing. Key stakeholders as gamechangers. Billentiksen toteuttama tutkimus verkkolaskutuksesta. Viitattu 14.3.2016.
http://www.basware.com/sites/default/files/restricted/Billentis_Market_Report_2014.pdf
- Koivumäki, J & Lindfors, H. 2012. Pk-yrityksen taloushallinto käytännönläheisesti. Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- Kurki, M., Lahtinen, M. & Lindfors, H. 2011. Verkkolasku käyttöön! Helsinki: Helsingin seudun kauppakamari.
- Lahti, S. & Salminen, T. 2014. Digitaalinen taloushallinto. Helsinki: Sanoma Pro.
- Merriam, S. B. 2014. Qualitative research: A guide to design and implementation. 3p. San Francisco: Jossey-Bass (E-kirja:
<http://site.ebrary.com.ezproxy.jamk.fi:2048/lib/jypoly/reader.action?docID=10856838&ppg=1>)
- PK-yritys. N.d. Artikkelin Tilastokeskuksen verkkosivuilla. Viitattu 14.3.2016.
http://www.stat.fi/meta/kas/pk_yritys.html

Profitability ratios. 2015. Artikkel Morningstar.com -verkkosivulla. Viitattu 8.2.2016.
<http://news.morningstar.com/classroom2/course.asp?docId=145093&page=6>

Saaranen-Kauppinen, A. & Puusniekka, A. 2006. KvaliMOTV - Menetelmäopetuksen tietovaranto. Verkkojulkaisu. Tampere: Yhteiskuntatieteellinen tietoarkisto. Viitattu 26.11.2015. http://www.fsd.uta.fi/menetelmaopetus/kvali/L5_5.html.

Semi-structured interview. 2010. Artikkel Evaluation Toolbox -verkkosivustolla. Viitattu 20.1.2016.
http://evaluationtoolbox.net.au/index.php?option=com_content&id=31

Sähköinen taloushallinto. 2014. Artikkel Suomen Yrittäjien liiton verkkosivuilla. Viitattu 8.3.2016. <http://www.yrittajat.fi/fi-FI/verotjarahat/taloushallinto/sahkoinentaloushallinto/>

Tallberg, A. 2015. PK-yrityksen taloushallinnon digitalisointi. Työ- ja elinkeinoministeriön julkaisema raportti. Viitattu 19.11.2015.
https://www.tem.fi/ajankohtaista/julkaisut/kaikki_julkaisut/pk-yrityksen_taloushallinnon_digitalisointi.100721.xhtml

Taloussanakirja: kannattavuus. N.d. Artikkel taloussanomien verkkosivuilla. Viitattu 8.2.2016. <http://www.taloussanomat.fi/porssi/sanakirja/termi/kannattavuus/>

Tunnuslukuopas. N.d. Artikkel Balance Consulting -verkkosivustolla. Viitattu 8.2.2016. <http://www.balanceconsulting.fi/tunnusluvut>

Turney, P. B. B. 2002. Toimintolaskenta. Avain tuottavampaan toimintaan. Helsinki: Tietosanoma.

Vuosikertomus 2014. N.d. Hyvä Sanoma ry:n ja Aikamedia Oy:n vuosikertomus. Keuruu: Aikamedia.

Liitteet

Liite 1. Asiakaspalvelijoille lähetetyn kyselyn kysymykset.

1. Ovatko asiakkaat ottaneet yhteyttä ja pyytäneet verkkolaskua?
2. Jos ovat, niin kuinka yleistä tämä on (esimerkiksi keskimäärin 4 kertaa / kk?)
3. Ketkä verkkolaskuja pyytävät (yksityisasiakkaat, yritykset, seurakunnat)?
4. Muuta mitä tulee mieleen. Jos esimerkiksi muistaa asiakkaiden sanomisia ja perusteluita sille, miksi he haluaisivat verkkolaskun. Jos esimerkiksi jotkut asiakkaat maksavat vanhempiansa laskuja ja haluaisivat hoitaa nämä mahdollisimman vaivattomasti ja siksi laskun saaminen suoraan verkkopankkiin olisi heidän kannaltaan paras vaihtoehto. Kaikki tämän kaltainen tieto olisi minulle todella arvokasta.